УДК 811.111

Л. Д. Скрипнюк
студент учреждения образования
«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
(Республика Беларусь)
А. Н. Искам
старший преподаватель кафедры перевода и межкультурной коммуникации
учреждения образования
«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»
(Республика Беларусь)

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СЛОГАНОВ АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПАНИЙ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА РЫНКЕ БЕЛАРУСИ И РОССИИ

В данной статье авторы дают определение понятию «рекламный слоган», определяют его функции, описывают особенности англоязычных слоганов, подробно анализируют лексические трансформации при переводе англоязычных слоганов таких автомобильных компаний, как Land Rover, Ford, Jeep, Tesla.

Рекламный слоган — это короткая фраза, которая в сжатом виде передает всю суть концепции рекламной кампании. Среди его функций можно выделить мнемоническую, дифференцирующую, акцентирующую, оценочную, обобщающую, идентификационную и преемственную.

Англоязычные слоганы, как правило, представляют собой короткие, неполные предложения с несложными синтаксическими структурами.

Лексические трансформации включают в себя транскрипцию, транслитерацию, калькирование, лексико-семантические замены (конкретизация, генерализация, модуляция).

Слоган автомобильной компании Land Rover *«Go beyond» — «И целого мира мало»* [1]. Дословно — «выходить за пределы». Для всего приведенного рекламного слогана применяется метод модуляции: «выходить за пределы» (go beyond) — причина, которая в переводе заменена на следствие «и целого мира мало». В результате в русскоязычном слогане создается более яркий и красочный образ, который обретает дополнительные оттенки значения благодаря ассоциациям с популярным боевиком о Джеймсе Бонде.

Слоган автомобильной компании Jeep «*There's Only One*» — «*Американская легенда*» [2]. Дословно — «существует лишь один». Ко всему представленному слогану применена модуляция: «существует лишь один» (there's only one) — причина, а «американская легенда» — следствие. Использование

указанного приема показывает значимость происхождения автомобиля, а не его уникальность. Это можно объяснить тем, что в России и Беларуси среди автовладельцев есть большое количество любителей американского автопрома, поэтому переведенный слоган усилит оказываемый на потребителя эффект.

Слоган автомобильной компании Ford «*Feel the difference*» — «*Навстречу переменам*» [3]. Дословно — «почувствуй разницу». В данном случае был применен прием модуляции: причина «почувствуй разницу» (feel the difference) заменена следствием «навстречу переменам». Прием модуляции был применен для усиления оценки, поскольку для покупателей стран России и Беларуси всегда важно, чтобы автомобиль содержал в себе какие-либо новые технологии, функции, которые могут повлиять на облегчение их жизни.

Слоган автомобиля Jeep Grand Cherokee «*External an exterior that captures into the small details*» — «*Величественный экстерьер*» [2]. Дословно — «внешний вид, в котором прослеживаются мелкие детали». В данном случае был применен прием модуляции: причина «внешний вид, в котором прослеживаются мелкие детали» (external an exterior that captures into the small details) в процессе перевода была заменена следствием «величественный экстерьер». Модуляция была применена, так как зачастую в России и Беларуси не обращают внимания на какие-либо мелкие детали, акценты. В этих странах, как правило, воспринимают картину в целом, поэтому слоган на английском языке, где уточняется про детали, в русском языке был заменен на целостное понятие внешнего вида.

Слоган автомобиля Jeep Wrangler «*Icon evolution*» — «*Новое воплощение легенды*» [2]. Дословно — «эволюция иконы». Ко всему приведенному слогану был применен прием модуляции. Причина «эволюция иконы» (icon evolution) заменена на следствие «новое воплощение легенды». Применение данной трансформации объясняется тем, что в русском языке слово «эволюция» чаще всего ассоциируется с биологическим процессом, слово «икона» имеет ассоциацию с религиозной направленностью. А так как Jeep Wrangler долгие годы является популярным и желаемым многими автомобилем на территории России и Беларуси, то измененный слоган на русском языке способствует более правильному пониманию рекламного слогана и усилению оказываемого эффекта.

Слоган автомобиля Ford Mustang «*Standout iconic*» — «*Легендарная модель*» [3]. Дословный перевод — «выделяющийся, легендарный». Был применен прием модуляции: причина «выделяющийся, легендарный» (standout iconic) заменена на следствие «легендарная модель». Автомобиль Ford Mustang действительно является самой легендарной и узнаваемой моделью Ford во всем мире.

Слоган автомобиля Ford Ranger «Capable and versatile, from road to trail» — «*Создан для экстремальных условий*» [3]. Дословный перевод — «способный и универсальный, от дороги до тропы». В данном слогане был применен метод модуляции: причина «способный и универсальный, от дороги до тропы» (capable and versatile, from road to trail) в процессе перевода была заменена на следствие «создан для экстремальных условий». На территории Беларуси и в особенности России при выборе автомобиля учитывают его проходимость в различных дорожных ситуациях, что обусловлено природным рельефом и ландшафтом этих стран.

Слоган автомобиля MINI Cooper 5-Door «*The original icon, with more doors*» — «*Оригинальная легенда, с бóльшим количеством дверей*» [4]. Дословно — «оригинальная икона, с бóльшим количеством дверей». При переводе данного слогана был использован прием модуляции. С помощью логической связи причину «икона» (icon) трансформировали в следствие «легенда», так как в русском языке слово «икона» имеет ряд ассоциаций с религиозной направленностью, а слова «легенда», «легендарный» часто употребляются в контексте с различными товарами. Также при переводе на целевой язык для благозвучия было применено лексическое добавление слова «количество».

Слоган автомобиля Tesla Cybertruck «*Build for any planet*» — «*Лучшая производительность*» [5]. Дословный перевод — «создан для любой планеты». Ко всему слогану был применен прием модуляции: причина «создан для любой планеты» (build for any planet) была заменена переводчиком на следствие «лучшая производительность». Так как русскоязычным людям присуща практичность, то в России и Беларуси больше ценятся короткие рекламные слоганы, говорящие о характеристиках автомобиля, которые не содержат метафор и скрытых смыслов.

Слоган автомобиля Tesla Model S «*Interior of the Future*» — «*За гранью реальности*» [5]. Дословно — «интерьер будущего». Чтобы подчеркнуть уникальность автомобиля и привлечь внимание русскоязычной аудитории тем, что компания готова предоставить совершенно новый автомобиль, не похожий на иные, представленные на рынке автомобили, переводчик использовал прием модуляции с помощью замены причины «интерьер будущего» (interior of the future) на следствие «за гранью реальности».

Слоган автомобильной компании Land Rover «*Designed for the extraordinary*» — «*Созданный для экстраординарного*» [1]. Дословный перевод «созданный для экстраординарного» совпадает с переведенным слоганом по структуре и форме выражения, что означает использование калькирования. Применение калькирования объясняется тем, что англоязычная и русскоязычная аудитории всегда обращают внимание на что-то необычное и

исключительное, что, в свою очередь, может подтолкнуть людей к приобретению данного автомобиля.

Слоган автомобиля Land Rover Freelander «*Freelander makes work play*» — «*Freelander делает работу игрой*» [1]. Дословный перевод — «Freelander делает работу игрой». В данном случае при переводе был использован прием калькирования. Сохранение структуры и формы выражения отражает то, что и для русскоязычного и англоязычного покупателя важны качества автомобиля, которые делают его комфортным и понятным в использовании и которые приносят радость от эксплуатации.

Слоган автомобильной компании Ford «*Go further*» — «*Иди вперед*» [3]. Дословный перевод «иди вперед» совпадает с переведенным слоганом по структуре и форме выражения, что означает использование калькирования. Указанная трансформация подчеркивает, что для любого человека при выборе автомобиля важна технологичность, новые возможности, с которыми человек тоже приобретет новые знания и перспективы.

Слоган автомобиля MINI Cooper «*An original reborn*» — «*Возрождение классики*» [4]. Дословный перевод — «возрождение оригинала». При переводе данного слогана была применена конкретизация: слово «оригинал» (original) заменено на более узкое и понятное для русскоязычной аудитории слово «классика». Причиной такой трансформации является убеждение людей России и Беларуси, что определенные вещи, которые были сделаны раньше или имеют отношение к прошлому, намного качественнее современных. А автомобили компании MINI уже давно завоевали доверие мирового рынка, поэтому в рекламном слогане на русском языке смело называют данные автомобили классикой.

Таким образом, среди лексических трансформаций слоганов автомобильных компаний наиболее многочисленно представлены модуляция и калькирование, которые помогают адаптировать различия в языках, способствуя более эффективному взаимодействию с русскоязычной аудиторией.

1. Land Rover : [сайт]. URL: https://www.landrover.co.uk/index.html (дата обращения: 19.02.2025). Перейти к источнику Вернуться к статье
2. Jeep : [сайт]. URL: https://www.jeep.com/ (дата обращения: 19.02.2025). Перейти к источнику Вернуться к статье
3. Ford : [сайт]. URL: https://www.ford.com/ (дата обращения: 19.02.2025). Перейти к источнику Вернуться к статье
4. MINI UK : [сайт]. URL: https://www.mini.co.uk/en_GB/home.html (дата обращения: 19.02.2025). Перейти к источнику Вернуться к статье
5. Tesla : [сайт]. URL: https://www.tesla.com/ (дата обращения: 19.02.2025). Перейти к источнику Вернуться к статье

L. D. Skripnyk, A. N. Iskam

Lexical transformations in the translation of English-language slogans of automobile companies represented in the market of Belarus and Russia

In this article, the authors define the concept of «advertising slogan», define its functions, and describe the features of English-language slogans. The authors analyze in detail the lexical transformations in the translation of English-language slogans of such car companies as Land Rover, Ford, Jeep, Tesla.