

俄语广告语的句法特点及翻译策略探究

江新月

新疆大学外国语学院, 新疆 乌鲁木齐

收稿日期: 2024年11月6日; 录用日期: 2025年1月2日; 发布日期: 2025年1月14日

摘要

广告, 作为一种信息传播的媒介, 具有商业推广的功能。它以视觉、听觉等多元化方式呈现, 向消费者传达商品、服务或企业的相关信息, 广告在商业市场中发挥了重要的作用。随着中俄贸易合作的不断扩大, 俄语广告逐渐被大众所熟知, 俄语广告语的语言表达具有独特的魅力, 它们通过精炼、生动的语句, 将产品的特点和优势以艺术化的方式呈现出来, 让消费者在欣赏语言美的同时, 也能感受到产品或服务的价值。本文将围绕俄语广告语的句法特点, 分析在翻译俄语广告语中所用的翻译策略, 如增译法、减译法、直译法、意译法和音译法等。通过分析俄语广告语的句法特点, 探究俄语广告语的翻译策略, 不仅有助于提升广告的传播效果, 还对跨文化交流和语言学习具有重要意义, 从而更深入地了解俄罗斯文化。

关键词

俄语广告语, 句法特点, 翻译策略

Exploration of Syntactic Characteristics and Translation Strategies of Russian Advertisement Slogans

Xinyue Jiang

Foreign Languages Institute, Xinjiang University, Urumqi Xinjiang

Received: Nov. 6th, 2024; accepted: Jan. 2nd, 2025; published: Jan. 14th, 2025

Abstract

Advertisement, as a medium of information dissemination, has the function of business promotion. It is presented in a diversified way, such as visual, auditory, etc., to convey relevant information about goods, services or enterprises to consumers, and advertisement plays an important role in the commercial market. With the continuous expansion of China-Russia trade cooperation, Russian

文章引用: 江新月. 俄语广告语的句法特点及翻译策略探究[J]. 现代语言学, 2025, 13(1): 99-104.

DOI: 10.12677/ml.2025.131015

advertisements are gradually known to the public. The linguistic expression of Russian advertisement slogans has a unique charm, they present the features and advantages of the products in an artistic way through refined and vivid phrases, so that the consumers can appreciate the beauty of the language and at the same time, they can also feel the value of the products or services. This paper will focus on the syntactic features of Russian advertisement slogans and analyze the translation strategies used in translating Russian advertisement slogans, such as amplification, omission, literal translation, free translation and transliteration. By analyzing the syntactic features of Russian advertisement slogans and exploring the translation strategies of Russian advertisement slogans, it not only helps to improve the communication effect of advertisements, but also has great significance to cross-cultural communication and language learning, so as to gain a deeper understanding of Russian culture.

Keywords

Russian Advertising Slogans, Syntactic Features, Translation Strategies

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 俄语广告语概述

随着俄罗斯及周边国家经济的快速发展,商业市场日益繁荣。广告作为企业宣传和推广的重要手段,对于商业的成功至关重要。基于此形式,广告翻译也成为学者研究的重点。通过探究俄语广告语的句法特征和结构,从而更深入理解俄语广告语创意性及美学价值。广告的推广过程也是文化的交流过程[1]。不同广告语的背后反映着市场的需求和趋势、民族特点及文化,因此,研究俄语广告语可以揭示俄罗斯的消费习惯、市场策略以及民族文化等,从而促进中俄两国贸易的发展。

“广告”一词来源于拉丁语“advertere”,意为“唤起大众对某种事物的注意,并诱导大众于一定的方向所使用的一种手段”[2]。在古罗马时期,商业活动大规模兴起,商人们为了吸引顾客购买商品,常常派人在街头大声喊叫,这使得“广告”一词流传开来。俄语广告语通常具有强烈的表现力和情感色彩,其目的是吸引消费者的注意力,给消费者留下深刻的印象。根据 AIDMA 心理效应模式(A—attention, D—desire, M—memory, A—action),好的广告必须做到:引起注意,激发兴趣,勾起欲望,加深记忆,促使行动[3]。可见,广告能给消费者带来信息刺激,帮助企业实现销售目的[4]。俄罗斯学者 Кохтев Н. Н. 和 Розенталь Д. Э. 认为,广告语有两大功能,即信息报道功能和说服功能,广告语通过其信息报道功能和说服功能,不仅提供了商品和服务的详细信息,还有效地影响了消费者的购买决策,从而推动了销售和品牌忠诚度的建立。因此,在翻译俄语广告语的过程中,要保证广告语翻译文本具备以下特征:(1) 新奇性。为了使广告语引起目的语读者的注意力和兴趣,翻译文本要具备独创性和新奇性。(2) 趣味性。为了在大众广告语中凸显出来,翻译广告文本时,可以用创新且奇妙的词语代替合乎逻辑和理性的词语。(3) 简洁性。广告语通常使用少量且简练的语言来表达直接且丰富的信息,同时也确保了广告语的经济性。简洁的广告语通常比复杂的广告语更容易让人记忆犹新。

2. 俄语广告语的句法特点

1、多使用双关句

双关语即一语双关,表明一个词语或句子在特定的条件下能够阐释两种意思,从而引发文本的深度

和趣味性,使语言富有幽默诙谐或委婉含蓄的特点,具有一箭双雕的作用。

例 1: Обслуживание на высоте. (俄罗斯一家航空公司的广告)

译: 该航空公司提供最优质的服务。

“высота”一词具有两种意思,一个是表示在高处的意思,另一个则表示最好的服务、最优质的服务,为“высота”一词的引申意思。

2、多使用祈使句

俄语广告语多使用祈使句,具有号召人们做某事的动机,能够巧妙地迎合消费者心理,激发消费者的购买欲望,且广告语注重简洁流畅,祈使句通常省略掉不必要的词语,使广告简洁明了。祈使句是用于表达命令、请求的句子,在俄语广告中,祈使句一般在句末用叹号来表达。

例 1: Для больших и маленьких дел! (俄罗斯一家水电管道的广告)

译: 为一切大事儿小事儿而生!

例 2: Просто дешевле! (Tele2 通讯广告)

译: 就是更便宜! (主打一个便宜!)

3、多使用短句或不完整的句子

俄语广告倾向于使用短句或者结构不完整的句子。俄语广告短句的特点能更有效地传达关键信息,避免冗长和复杂的语言结构。同时,短句的使用更容易被消费者记住,从而提升广告效果。不完全句在俄语广告中的使用,内容相对紧凑,形式结构分明。至于缺省的潜在信息,读者可以发挥想象,做创造性的理解和补充[5]。

例 1: Найдется все. (俄罗斯搜索引擎 Yandex)

译: 什么都可以找到。

例 2: Известное имя + надёжная немецкая сборка = двойной плюс.

译: 知名 + 可靠的德国配件 = 双倍优势。

有时为了更好地吸引顾客,还可把不完全句列成数学公式。

4、多使用带有修辞色彩的问句

带有修辞色彩的问句在广告语中的使用,使广告语更具吸引力和影响力。修辞问句的目的不在于答案,而是以提问的形式,使消费者的注意力集中在广告内容上,并突出产品的特点和优势。因此,在广告语中使用带有修辞色彩的问句,有利于和广告语的目标受众者建立情感连接。

例 1: Вы когда-нибудь гуляли по зеркалу? На Канарских островах это возможно в любое время...

译: 你想要沿着“清澈见底的海边”散步吗?在加纳利群岛随时都可以……

在这则广告中,“зеркало”为镜子的意思,形容加纳利群岛的海水如同镜子般清澈。

5、多使用否定句

俄语广告中多使用否定句,虽然表面是否定形式,但实际上可以传达积极、优质的信息,起到了广告语的“反效果”作用。此外,通过否定句,还可以突出产品的特点,并强调其独特性。

例 1: Тает во рту, а не в руках. (巧克力广告)

译: 不溶于手,只溶于口。

例 2: Перхоти нет. (洗护产品广告)

译: 无头皮屑。

例 3: Никогда не подведет. (止汗喷雾广告)

译: 从不让你失望。

例 4: Жизнь хороша, когда пьешь не спеша. (美年达广告)

译：慢慢喝，生活才美好。

3. 俄语广告语的翻译策略

1、直译法

直译法的主要特点是尽量保持原文的语言形式，按照原文的顺序和逻辑进行翻译，传达原文意义，并体现原文风格特点。在广告语的翻译中，直译法通常适用于翻译较为简单的句子。

例 1: Будущее зависит от тебя. (电信产业广告)

译：未来取决于你。

例 2: Стремление к совершенству. (汽车广告)

译：追求完美。

这两则广告都为简单句，在翻译过程中，可以按照原文形式及顺序进行翻译。

2、意译法

意译法是忠实于原文内容，但不拘泥于原文的形式，它在保证原文意思的准确性和完整性的前提下，将原文的文化背景 and 价值观转换为目标语中相应的元素。这种翻译方法使广告语翻译更加流畅，符合目标语读者的表达习惯。在翻译广告语的过程中，使用意译法能够增强信息的传递效率，提升广告的创意和艺术性。

例 1: Улыбка-все власть. (牙医广告)

译：微笑，可以征服一切。

这则广告语一般用于牙科或美容诊所的广告中，该广告语强调其服务，使顾客获得自信迷人的微笑。若直译这则广告语，所得译文为“微笑——一切权利”。简单的直译难免会使广告语读起来生涩拗口，增加了受众者理解广告语表达内涵的难度，还会消磨消费者了解产品的兴趣[6]。

3、减译法

减译法就是删除多余或重复的词语，以更简洁、顺畅地方式来表达广告语内容，通过简化广告语的内容，可以增强广告的吸引力和可记性，并在一定程度上提高广告语的辨识度。

例 1: От порога до края земли. (手机品牌广告)

译：走到世界的尽头。

这则广告采用了减译法，省略了句子的前半部分“от порога (从家里)”，这种翻译方法使句子更加简洁，有效地减少了冗长多余的信息，使广告语更加精炼且直接。

4、增译法

增译法是通过添加一些词汇，从而更好地解释原文意思，更加忠实地表达原文思想内容。增译法在广告语中的使用，可以增强广告语的表达效果，并提升广告的吸引力。

例 1: Разумно и просто. (飞利浦广告)

译：精于心，简于形。

这则广告采用的是增译法。若采用直译法，所得译文为“智慧且简单”，并不能突出广告的内容，增加“精于心，简于形”，可以让目标语读者理解是产品设计充满智慧，形式结构简单。可见，增译法可以使广告语内容饱满，形式对仗，给目标语读者留下深刻印象。

5、音译法

音译法主要是根据原文词语的发音，采用发音相同或大致相同的词语来表达。音译法可以保留源语的文化特点，一定程度上减少翻译过程中的文化遗失。在广告语中采用音译法，可以使广告语翻译简单易懂，能够让目标语读者强烈地感受到源语的文化背景，从而提升目的语读者的认知和印象。采用音译

的方法应注意用字文雅，音韵精美[7]。

例 1: ГАЗ, русские машины.

译: 嘎嘶，俄罗斯汽车。

通过音译法，将“ГАЗ”翻译成“嘎嘶”，该词的发音同原语发音具有同等的表达效果，且“嘎嘶”中的“嘶”与“嘶鸣”具有相似的意思，表现出汽车在驰骋时的豪迈。

4. 广告汉译中常见的问题及解决方式

1、在广告汉译的过程中常常会遇到诸多问题。例如：(1) 词汇的误译。在翻译广告语时，词汇的误译可能导致信息传递的误解或偏差。在翻译广告语的过程中，常常会出现过于直译或过于复杂的词汇，导致目标语读者难以理解或产生歧义。(2) 语义理解不准确。由于语言和文化之间有很大的差异，广告中的某些表达方式可能存在语义理解不准确的情况，导致在翻译广告语时出现误译的情况。(3) 表达方式不当。在广告翻译中，恰当的表达方式可以提高广告的吸引力和表达效果。过于直译可能导致广告语译文过于生硬，缺乏创意。(4) 文化差异问题。不同国家以及地区有着不同的文化背景和审美。俄语广告语反映了人民的历史、风俗习惯、社会和政治生活[8]。所以，在广告翻译中，要重视源语和目的语的文化差异。广告语翻译的重要原则是保证其文化适用性，文化适用性不强，可能会导致广告内容在目标市场中无法获得良好的接受和认同。

2、针对在广告翻译中出现的问题，可采取以下方式避免或改进。(1) 根据广告语的具体语境，查阅相关词典或平行文本，确保用词的准确性，确保词汇的表达符合目标语市场的惯用用法。(2) 准确性是翻译各类文本的重要原则，广告作为信息传递的重要手段，且具有信息量大的特点，广告语体也不例外。首先，译者自身要提高翻译水平和翻译能力，理解广告语源语的主要内容，做到翻译忠实原文。同时对广告语的译文进行多次审查和修改，提高译文质量。(3) 译者在翻译过程中，要提高语言表达能力，注重表达方式的创新性和创意性，遵循严复提出的“信、达、雅”翻译的三大原则，确保广告语翻译的准确性和美学性，增强广告语的吸引力和传播效果。(4) 在翻译前，首先要深入理解源语言文化，充分理解广告语源语的文化内涵、风格和语境。其次，在保持原文风格时，也要考虑目标语读者的文化背景、需求、习惯，使译文更符合目标市场的需求。再次，注重文化差异，每种语言都有独特的文化背景和表达方式，在将广告语源语翻译成目的语时，可保留源语的韵律和节奏感。这种方法既确保了广告语的翻译能传达原意，又能符合目标语的文化审美，提高广告语翻译的文化适用性。

5. 结语

综上所述，在翻译俄语广告语时，不仅要考虑目标语言的语境和文化背景，确保翻译的准确性，还要考虑到两种语言在句法结构上的差异性，在翻译过程中灵活运用增译、减译、直译、意译、音译法，使广告语保持独特的风格和语言魅力，提升广告效果。

研究俄语广告语的翻译具有重要的价值与意义。第一，广告语的翻译是跨文化交流的重要手段，通过对俄语广告语的翻译研究，有助于加深对俄罗斯等国家文化的理解与认识，从而更好地进行跨文化交流与合作。第二，通过对俄语广告语的翻译研究，企业可以更好地了解俄罗斯市场的需求和文化背景，制定出更符合当地消费者需求的广告策略，从而更好地开拓国际市场，促进中俄两国贸易的发展。第三，研究俄语广告语的翻译可以丰富翻译理论和实践，为翻译学科的发展提供更多的翻译案例和经验，以应对各种类型的广告翻译任务。

参考文献

[1] 武张灵. 俄汉广告语篇中的语用预设对比研究[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连外国语大学, 2023.

- [2] 张晓涛. 俄语广告语多维分析[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京师范大学, 2012.
- [3] 徐星. 俄语广告语体及其词汇特点[J]. 外语研究, 2002(2): 53-55, 49.
- [4] 陈妍宏. 模因论视角下俄语商业广告语的汉译[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海外国语大学, 2017.
- [5] 芜崧. 广告语言的残缺美[J]. 修辞学习, 2001(6): 23.
- [6] 陈壮, 王静, 田雨帆, 肖红. 功能翻译理论视角下的俄语广告汉译研究[J]. 产业与科技论坛, 2020, 19(6): 199-201.
- [7] 马丽娜. 基于功能翻译理论的俄语广告语汉译[J]. 林区教学, 2017(8): 54-55.
- [8] 王花花. 从俄罗斯文化视角论俄语广告语[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 西北师范大学, 2008.