

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Кафедра теории и практики перевода

Аннотация к дипломной работе

**Лингвопрагматические особенности англоязычных
маркетинговых текстов в аспекте перевода (на материале
сайтов ИТ-компаний)**

ДЕВАЛТОВСКАЯ
Вера Вадимовна

Научный
руководитель:
кандидат
филологических
наук, доцент С.
В. Воробьева

Минск, 2017

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 65 с., 5 табл., 52 источника, 2 приложения.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГОВЫЙ ТЕКСТ, МАРКЕТИНГОВЫЙ ДИСКУРС, ИТ-ТЕХНОЛОГИИ, ПЕРЕВОД, ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ

Объект исследования: маркетинговые тексты в сфере ИТ-технологий.

Методы исследования: аналитический метод, метод синтеза и обобщения, описательный, сравнительно-сопоставительный и метод количественного анализа.

Полученные результаты и их новизна. В работе представлена характеристика жанровых особенностей маркетинговых текстов в сфере ИТ-технологий. Выявлены особенности маркетинговых текстов в сфере ИТ-технологий на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. Проанализированы способы передачи лингвопрагматических особенностей маркетинговых текстов в сфере ИТ-технологий с английского на русский язык.

Практическая значимость исследования и область применения. Результаты исследования могут найти применение в научно-исследовательской деятельности для дальнейшей разработки теоретических проблем стилистических, лексико-семантических и синтаксических характеристик языка маркетинговых текстов, а также специфики их передачи на другие языки; в учебном процессе для соответствующих специальностей лингвистического профиля; при разработке лекционных материалов, написании учебников и учебных пособий. Настоящая работа является самостоятельным исследованием, достоверность результатов которого подтверждается научно обоснованной методикой исследования.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 65 с., 5 табл., 52 крыніцы, 2 прыкл.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГАВЫ ТЭКСТ, МАРКЕТЫНГАВЫ ДЫСКУРС, ІТ-ТЭХНАЛОГІІ, ПЕРАКЛАД, СТРАТЭГІЯ ПЕРАКЛАДУ

Аб'ект даследавання – маркетынжавыя тэксты ў сферы ІТ-тэхналогій.

Метады даследавання: аналітычны метады, метады сінтэзу і абагульнення, апісальны, параўнальны і метады колькаснага аналізу.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: У працы прадстаўлена характарыстыка жанравых асаблівасцяў маркетынжавых тэкстаў у сферы ІТ-тэхналогій. Выяўлены асаблівасці маркетынжавых тэкстаў у сферы ІТ-тэхналогій на лексічным, марфалагічным і сінтаксічным узроўнях. Прааналізаваны спосабы перакладу маркетынжавых тэкстаў у сферы ІТ-тэхналогій з англійскай на рускую мову.

Практычная значнасць даследавання і вобласць прымянення. Вынікі даследавання могуць знайсці прымяненне ў навукова-даследчай дзейнасці для далейшай распрацоўкі тэарэтычных праблем стылістычных, лексіка-семантычных і сінтаксічных характарыстык мовы маркетынжавых тэкстаў у сферы ІТ-тэхналогій, а таксама спецыфікі іх перакладу на іншыя мовы; у навучальным працэсе для адпаведных спецыяльнасцяў лінгвістычнага профілю; пры распрацоўцы лекцыйнага матэрыялу, напісанні падручнікаў і навучальных дапаможнікаў. Праца з'яўляецца самастойным даследаваннем, дакладнасць вынікаў якога пацвярджаецца навукова абгрунтаванай метадыкай даследавання.

SUMMARY

Degree paper: 65 p., 5 tables, 52 sources, 2 app.

Key words: MARKETING TEXT, MARKETING DISCOURSE, IT-TECHNOLOGIES, TRANSLATION, TRANSLATION STRATEGY

Object of research – marketing texts of the IT sphere

Purpose of research: to consider linguistic and stylistic peculiarities of translation of the marketing texts in the IT sphere from English into Russian.

Research methods: comparative analysis and synthesis, analytical method, descriptive method and quantitative method.

The results obtained and their novelty: In the paper, genre features of the marketing texts in the IT sphere have been described. Peculiarities of marketing texts in the field of IT-technologies on lexical, morphological and syntactic levels have been revealed. The ways of translating marketing texts in the field of IT-technologies from English into Russian have been analyzed.

The practical value of the research and spheres of application. The results obtained can be applied in scientific work for further studies in theoretical problems of stylistic, lexical-semantic and syntactic characteristics of the marketing texts in the IT-sphere, and also the peculiarity of their translation into another languages. The results can be applied to the classroom instruction in appropriate specializations of linguistic profile; to lectures' preparation; to the textbook and tutorial making. This work is an independent study, the results' validity of which is confirmed by the scientifically grounded research technique.