

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра немецкого языкознания

КОЛЯДИЧ
Мария Сергеевна

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ
МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕКСТОВ

Дипломная работа

Научный руководитель:
Старший преподаватель
О. А. Лойко

Допущена к защите

« ___ » _____ 2018 г.

Зав. кафедрой немецкого языкознания
кандидат филологических наук, доцент С. С. Котовская

РЕФЕРАТ

Количество страниц дипломной работы — 53.

Количество приложений — 2.

Общее количество использованных источников — 28.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ: МАРКЕТИНГ, МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЕРЕВОД, МАРКЕТИНГОВЫЙ ТЕКСТ, ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ, АДАПТАЦИЯ, СПОСОБ ПЕРЕВОДА.

Цель дипломной работы заключается в анализе использования переводческих трансформаций при переводе маркетинговых текстов.

Объектом исследования является маркетинговый перевод.

Предметом исследования являются переводческие трансформации в маркетинговых текстах.

Материалом исследования являются 116 предложений из параллельных текстов на немецком и русском языках, которые размещены на официальном сайте компании Bosch.

В работе использовались метод сплошной выборки и метод статистической обработки данных.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что маркетинговый перевод как вид переводческой деятельности недооценен и малоизучен, ведь маркетинговая стратегия товара, нацеленная на иностранный рынок, представляет собой достаточно ответственный этап, который должен быть основан на грамотной и тщательной локализации и переводе.

РЭФЕРАТ

Колькасць старонак дыпломнай работы — 53.

Колькасць дадаткаў — 2.

Агульная колькасць выкарыстаных бібліяграфічных крыніц — 28.

КЛЮЧАВЫЯ ПАНЯЦЦІ: МАРКЕТЫНГ, МАРКЕТЫНГАВЫ ПЕРАКЛАД, МАРКЕТЫНГАВЫ ТЭКСТ, ПЕРАКЛАДНІЦКАЯ ТРАНСФАРМАЦЫЯ, АДАПТАЦЫЯ, СПАСАБ ПЕРАКЛАДУ.

Мэтай дыпломнай работы з'яўляецца аналіз выкарыстання перакладніцкіх трансфармацый пры перакладзе маркетынговых тэкстаў.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца маркетынговая пераклад.

Прадметам даследавання з'яўляюцца перакладніцкія трансфармацыі ў маркетынговых тэкстах.

Матэрыялам даследавання з'яўляюцца 116 сказаў з паралельных тэкстаў на нямецкай і рускай мовах, якія змешчаны на афіцыйным сайце кампаніі Bosch.

У працы выкарыстоўваліся метады суцэльнай выбаркі і метады статыстычнай апрацоўкі дадзеных.

Актуальнасць тэмы даследавання абумоўлена тым, што маркетынжавы пераклад як тып перакладніцкай дзейнасці недаацэнены і малавывучаны, бо маркетынжавая стратэгія тавару, накіраваная на замежны рынак, уяўляе сабою досыць адказны этап, які павінен быць заснаваны на пісьменнай і дбайнай лакалізацыі і перакладзе.

REFERAT

Zahl der Seiten — 53.

Zahl der Anhänge — 2.

Gesamtzahl der verwendeten Quellen — 28.

SCHLÜSSELBEGRIFFE: MARKETING, MARKETING-ÜBERSETZUNG,
MARKETINGTEXT, ÜBERSETZUNGSTRANSFORMATION,
TRANSKREATION, ÜBERSETZUNGSVERFAHREN.

Das Ziel der Diplomarbeit besteht darin, die Anwendung von Übersetzungstransformationen bei der Übersetzung von Marketingtexten zu analysieren.

Das Forschungsobjekt ist Marketing-Übersetzung.

Das Forschungsmaterial umfasst 116 Sätze aus Paralleltexten in der deutschen und in der russischen Sprache, die auf der offiziellen Webseite von Robert Bosch GmbH veröffentlicht sind.

Die Hauptmethoden, die bei der Bearbeitung des Materials eingesetzt wurden, sind Methode der willkürlichen Stichprobe und die Methode der statistischen Datenverarbeitung.

Die Aktualität des Forschungsthemas besteht darin, dass die Marketing-Übersetzung als die Art von Übersetzungstätigkeit unterbewertet und wenig untersucht ist. Die Marketing-Strategie der Ware, die auf den ausländischen Markt gezielt ist, stellt die genug verantwortliche Etappe dar, die auf der fehlerlosen und sorgfältigen Lokalisation und Übersetzung gegründet sein soll.