

Белорусский государственный университет

Филологический факультет

Кафедра китайской филологии

Аннотация к дипломной работе

**«Проблема перевода названий зарубежных брендов
на китайский язык»**

Ткачева Елена Олеговна

Руководитель Молоткова Юлия Викторовна

2014

РЕФЕРАТ

Ткачева Елена Олеговна

Проблема перевода названий зарубежных брендов на китайский язык

Ключевые слова: бренд, название бренда, перевод, китайский язык, английский язык, русский язык, белорусские бренды, способы перевода, требования.

Цель исследования – формирование основных требований к переводу названий брендов с английского и русского языков на китайский, а также применение системы этих требований на практике для перевода названий популярных белорусских брендов 10 категорий продукции.

Методы исследования. В работе используются следующие методы: изучение и обобщение мировой практики, моделирование, классификация, анкетирование, рефлексия.

Полученные результаты и их новизна. Проблема перевода названий брендов на китайский язык имеет очень низкую степень изученности в отечественной теории и практике перевода. В данной работе на основе изучения зарубежной практики перевода названий брендов на китайский язык сформированы основные требования к переводу названий брендов. В практической части система требований применяется на практике для перевода 16 названий популярных белорусских брендов 10 категорий продукции.

Рекомендации по использованию. Результаты данного исследования могут быть использованы в дальнейшем изучении проблемы перевода названий брендов с русского и английского языков на китайский, а также маркетологами, планирующими вывод своих компаний на китайский рынок.

Область применения: современный китайский язык, теория и практика перевода, маркетинг, общее языкознание, культурология.

РЭФЕРАТ

Ткачова Алена Алегаўна Праблема перакладу назваў замежных брэндаў на кітайскую мову

Ключавыя словы: брэнд, назва брэнда, пераклад, кітайская мова, англійская мова, руская мова, беларускія брэнды, спосабы перакладу, патрабаванні.

Мэта даследавання – фарміраванне асноўных патрабаванняў да перакладу назваў брэндаў з англійскай і рускай моў на кітайскую, а таксама выкарыстанне сістэмы гэтых патрабаванняў для перакладу назваў вядомых беларускіх брэндаў 10 катэгорый прадукцыі.

Метады даследавання. У дыпломнай працы выкарыстоўваюцца метады вывучэння і абагульвання сусветнай практыкі, мадэляванне, класіфікацыя, анкетаванне, рэфлексія.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Праблема перакладу назваў брэндаў на кітайскую мову знаходзіцца на вельмі нізкай ступені распрацоўкі ў айчынай галіне тэорыі і практыкі перакладу. У дадзенай працы на аснове вывучэння замежнага вопыту перакладаў назваў брэндаў на кітайскую мову выяўлены асноўныя патрабаванні да перакладу назваў брэндаў. У практычнай частцы гэтая сістэма патрабаванняў выкарыстоўваецца для перакладу назваў вядомых беларускіх брэндаў 10 катэгорый прадукцыі.

Рэкамендацыі па выкарыстанні. Вынікі дадзенага даследавання могуць выкарыстоўвацца ў далейшым вывучэнні праблемы перакладу назваў брэндаў з рускай і англійскай мовы на кітайскую, а таксама маркетологамі кампаній, якія мкнуцца выйсці на кітайскі рынак.

Галіна выкарыстання: сучасная кітайская мова, тэорыя і практыка перекладу, маркетынг, агульнае мовазнаўства, культуразнаўства.

SUMMARY

Tkachova Alena Alehauna

The Problem of Brand Name Translation into the Chinese Language

Key words: brand, brand name, translation, the Chinese language, the Russian language, the English language, Belarusian brands, translation methods, requirements.

The purpose of the research is to form the general requirements for English and Russian brand name translation in China and use the system of the requirements to translate the names of 16 popular Belarusian brands of ten product categories.

Research methods. The research involves such methods as global practice study and generalization, modeling, classification, survey, reflection.

The obtained results in terms of novelty. The problem of Western brand name translation into Chinese has a very little research in Belarusian translation study. The materials of former overseas research works on brand name translation in China are used in this thesis to form general requirements for brand name translation and use them to translate the names of 16 popular Belarusian brands of ten product categories.

Recommendations for use. The results of this study can be used in the further research of English and Russian brand name translation into Chinese, and also by marketing companies specializing on the Chinese market.

Scope of use: the Chinese language study, translation theory and practice, marketing, general linguistics, culture studies.