

Белорусский государственный университет

Филологический факультет

Кафедра китайской филологии

Аннотация к дипломной работе

«Неологизмы в китайском языке»

Васильева Виктория Валерьевна

Руководитель Фоменкова Марина Александровна

2016

РЕФЕРАТ

Васильева Виктория Валерьевна
Неологизмы в китайском языке

Объём дипломной работы составляет 47 страницы. Работа состоит из введения, четырех глав, заключения, списка использованных источников. Количество использованных источников – 35.

Ключевые слова: НЕОЛОГИЗМЫ, КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК, НОВЫЕ СЛОВА, АНГЛИЦИЗМЫ, ЗАИМСТВОВАНИЯ.

Объект исследования: новая лексика китайского языка.

Предмет исследования: словообразование неологизмов, их семантика и особенности перевода.

Цель исследования: описать основные словообразовательные модели неологизмов в китайском языке; представить основные лексико-семантические группы неологизмов; описать функционирование неологизмов-англицизмов в Интернет-пространстве Китая.

Методы исследования: описательный, историко-этимологический, статистический, метод компонентного анализа, метод анализа словарных дефиниций.

Полученные результаты и их новизна. В данной работе были рассмотрены словообразовательные модели неологизмов, функционирование неологизмов-англицизмов в Интернет-сфере, их употребление, особенности. Была проведена работа с неологизмами, которая заключалась в сравнении перевода неологизмов в разных словарях и формировании их по группам в зависимости от их значения. Также рассмотрен способ изучения неологизмов в рамках учебной программы.

Рекомендации по использованию. Результаты данного исследования могут быть использованы в дальнейшем изучении проблемы перевода неологизмов в китайском языке, распознавание неологизмов в тексте.

Область применения: современный китайский язык, теория и практика перевода, обучение, коммуникация.

РЭФЕРАТ

Васільева Вікторыя Валер’еўна

Неалагізмы ў кітайскай мове

Аб’ём дыпломнай работы складае 52 старонкі (без уліку дадатку). Работа складаецца з уводзінаў, двух галаў, заключэння, спісу выкарыстаных крыніц і дадатку. Колькасць выкарыстаных крыніц - 35.

Ключавыя словы: НЕАЛАГІЗМЫ, КІТАЙСКАЯ МОВА, НОВЫЯ СЛОВЫ, АНГЛІЦЫЗМЫ, ЗАПАЗЫЧАННЕ.

Аб’ект даследавання: новая лексіка кітайскай мовы.

Прадмет даследавання: словаўтварэнне неалагізмаў, іх семантыка і асаблівасці перакладу.

Мэта даследавання: апісаць асноўныя словаўтваральныя мадэлі неалагізмаў у кітайскай мове; прадставіць асноўныя лексіка-семантычныя групы неалагізмаў; апісаць функцыянаванне неалагізмаў-англіцызмаў у Інтэрнэт-прасторы Кітая.

Метады даследавання: апісальны, гісторыка-этымалагічны, статыстычны, метады кампанентнага аналізу, метады аналізу слоўнікавых дэфініцый.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. У дадзенай працы былі разгледжаныя словаўтваральныя мадэлі неалагізмаў, функцыянаванне неалагізмаў-англіцызмаў у Інтэрнэт-сферы, іх ужыванне, асаблівасці. Была праведзена праца з неалагізмамі, якая заключалася ў параўнанні перакладу неалагізмаў ў розных слоўніках і фарміраванне іх па групам у залежнасці ад іх значэння. Так сама быў разгледжаны спосаб вывучэння неалагізмаў ў рамках вучэбнай праграмы.

Рэкамендацыі па выкарыстанні. Вынікі дадзенага даследавання могуць быць выкарыстаны ў далейшым вывучэнні праблемы перакладу неалагізмаў у кітайскай мове, распазнаванне неалагізмаў у тэксце.

Галіна выкарыстання: сучасная кітайская мова, тэорыя і практыка перакладу, навучанне, камунікацыя.

ABSTRACT

Vasilyeva Viktoria Valeryevna
Neologisms in Chinese language

The volume of the following diploma work is 47 pages. The diploma work consists of an introduction, four chapters, a conclusion, a list of references. 35 sources were used when writing.

Key words: NEOLOGISM, THE CHINESE LANGUAGE, NEW WORDS, ANGLICISM, ADOPTION.

Object of the research: new vocabulary of Chinese language.

The subject of the research: neologisms' word-formation, their semantics and translation features.

The purpose of the research: to describe basic word-formative models of neologisms in Chinese language; produce basic lexical and semantic groups of neologisms; describe functioning of neologism-anglicism in Internet-space in China.

Research methods: descriptive, historical and etymological, statistical, component analysis and analysis of dictionary definition methods.

The obtained results in terms of novelty. This paper summarizes the requirements for the translation of brand names into the Chinese language, and provides a detailed description of the currently used brand name translation methods, such as transliteration, literal translation, liberal translation, adaptation. Then the data obtained in the course of the research about the relation between the methods of translation of foreign brand names into Chinese language and the commodity groups are presented, and our own alternatives of certain brand names translation are suggested.

Recommendations for use. The results of this study can be used in the further research of the problem of translation of neologisms into Chinese language, and also recognition neologisms in different texts.

Scope of use: contemporary Chinese language, translation theory and practice, education, communication.