

Bertelsmann Universallexikon

Bewusst verstanden - besser übersetzt! Das bewährte Lehr und Arbeitsbuch mit Aufgaben widmet sich einem Kernthema des Übersetzens: Es geht um das Verstehen der Wörter des Ausgangstextes. Erfahrungsgemäß sind Wörter für Studierende das größte Problem - größer noch als Syntax und Stil. Das zeigt sich unter anderem darin, dass die Studierenden beim Übersetzen eines Textes zunächst einmal viele Wörter nachschlagen. Ziel des Studienbuches ist es, den Studierenden Verstehentechniken und -strategien auf kognitionslinguistischer Grundlage an die Hand zu geben, mit deren Hilfe sie professionell übersetzen lernen. Die dritte Auflage enthält neue Abschnitte zu irritierenden Vorstellungen und dem Umgang mit Unsicherheit beim Übersetzen sowie ein kommentiertes Verzeichnis der wichtigsten Literatur. Pressestimmen: "Das Buch ist jedem angehenden Übersetzer, aber auch allen Lehrenden des Fachs sehr zu empfehlen." (Lebende Sprachen 54/2, 2009) "A highly recommendable book that students of translation should read at the beginning of their training and that any teacher of translation should have digested before embarking on the task of teaching how to translate." (Target 22.1, 2010)

Seit 2004 gibt der Verlag De Gruyter in Zusammenarbeit mit der International Society for the Study of Deuterocanonical and Cognate Literature das Deuterocanonical and Cognate Literature · Yearbook (DCLY) heraus. Die Gesellschaft widmet sich dem Studium der Bücher der griechischen Bibel (Septuaginta), die nicht in der hebräischen Bibel enthalten sind, und der späteren jüdischen Literatur, also etwa aus der Zeit vom 3. Jahrhundert v. Chr. bis zum 1. Jahrhundert n. Chr. Die Jahrbücher publizieren die Referate und Ergebnisse der internationalen Konferenzen der Gesellschaft. Die Ausgaben 2005 bis 2011 sind weiterhin online erhältlich. – Prayer from Tobit to Qumran, ed. by Renate Egger-Wenzel and Jeremy Corley (2004) – The Book of Wisdom in Modern Research, ed. by Angelo Passaro, Giuseppe Bellia, John J. Collins (2005) – History and Identity, ed. by Núria Calduch-Benages and Jan Liesen (2006) – Angels, ed. by Friedrich Reiterer, Tobias Nicklas and Karin Schöpflin (2007) – Biblical Figures in Deuterocanonical and Cognate Literature, ed. by Hermann Lichtenberger and Ulrike Mittmann-Richert (2008) – The Human Body in Death and Resurrection, ed. by Tobias Nicklas, Friedrich Reiterer, Joseph Verheyden (2009)

A - Aso

Konfliktmanagement in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Kommunen

Eine Untersuchung des Wandels des Heimatbegriffes

NewMedia

Lev - Mes

Verstehen und Übersetzen

Inhaltsangabe:Einleitung: Manches kann schiefgehen, wenn Kommunalpolitiker oder -angestellte und Journalisten miteinander reden. Welten prallen da mitunter aufeinander. Ob Botschaften ankommen und weitergegeben werden oder sich gar zum Bumerang entwickeln, hängt schlechterdings nicht nur vom "guten Willen" der Kommunikationspartner ab, sondern vor allem auch von der Fähigkeit, Konflikte zu erkennen und konstruktiv mit ihnen umzugehen. Das geht allerdings nur, wenn die Beziehung zwischen den Partnern in Verwaltung und Presse stimmt. Die Arbeit soll die Ursachen dafür erhellen, weshalb bestimmte Botschaften von den Medien falsch, verzerrt oder gar nicht transportiert werden. Es geht

darum, bei jenen in der kommunalen Verwaltung, die täglich mit den Vertretern der Medien umgehen müssen, Verständnis für die Ursachen von Konflikten zwischen Verwaltung und Presse zu wecken und Instrumente zu erläutern, mit denen unerwünschte Folgen vermieden werden können. Gang der Untersuchung: Um dieses Verständnis zu erleichtern, werden zunächst einige Grundlagen kommunaler Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ausgebreitet: Der Pflichtcharakter dieses PR-Typs und einige seiner Besonderheiten. Im weiteren Verlauf wird auf Grundbegriffe der Kommunikationstheorie, wie Kommunikationsmodelle, Kommunikationsstörungen und weitere zentrale Begriffe der Kommunikationsforschung (Thematisierung, öffentliche Meinung), eingegangen. Das vierte Kapitel befaßt sich mit dem Konfliktbegriff. Dabei werden Merkmale, Konfliktypologien und typische Muster der Konfliktlösung diskutiert. Im fünften Kapitel, dem analytischen Hauptteil der Arbeit, werden die systematischen Ausführungen auf die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit übertragen. Hierbei werden insbesondere jene Formen aufgezeigt, die im täglichen Geschäft der kommunalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit relevant sind: Rollen-, Interessen-, Verständigungs-, Beziehungs- sowie mittel- und wertbezogene Konflikte. Im vorletzten Kapitel wird eine empirische Studie des Autors vorgestellt, für welche die Leiter von Pressestellen in deutschen Großstädten befragt wurden. Die Arbeit schließt mit Fallstudien von Konflikten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in einer Großstadt der neuen Bundesländer ab. Der Autor möchte mit seiner Arbeit nicht nur den für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlichen Mitarbeitern von Verwaltungen Hinweise an die Hand geben, die Informationen zur Konflikttheorie nicht nur praktisch umsetzen, sondern auch [...]

This book begins by investigating, through the use of think-aloud protocols, the mental processes of students when they translate. The creative and successful processes observed can be used directly for teaching purposes, while the unsuccessful ones can serve to find out where remedial training is needed. The book then goes on to discuss methods for improving a translator's competence. The strategies offered are based on the pragmatic and semantic analysis of texts from a functional point of view, and they include such practical matters as the use of dictionaries and the evaluation of translations and error analysis. The book is intended for teachers in translator-training institutions, but it can also be used by students for self-training.

Deutsche Fremdwortlexikografie zwischen 1800 und 2007

L - Z

Der Trend zum Singledasein?

Titles

Siegertypen

80000 Stichwörter u. 5000 Abb

Der Zweck dieses Buches ist, die Warenkunde des Buchhandels handlungsorientiert zu vermitteln. Im Mittelpunkt stehen der Buchmarkt und seine Inhalte sowie der Umgang mit der Ware in Verkauf und Kundenberatung. Ausgangspunkt ist die Warengruppen- Systematik 2.0 des Buchhandels, die mit dem Jahr 2007 an die Stelle der fruheren Warengruppen-Systematik getreten und gegenüber dieser erheblich verändert ist. Die 1. Auflage aus dem Jahre 2003 ist nur noch von historischem Interesse. Das Buch umfasst folgende Fragestellungen: Welche Inhalte und Themen gehören zu jeder Warengruppe (Belletristik, Kinder und Jugendbuch, Sachbuch, Ratgeber, Fachbuch nach den einzelnen Warengruppen wie Geisteswissenschaften, Naturwissenschaften usw.)? Welche Stellung haben die einzelnen Warengruppen im Buchmarkt allgemein und speziell im Sortimentsbuchhandel? Entwicklungstendenzen jeder einzelnen Warengruppe? Wie kann die betreffende Warengruppe optimal vermarktet und vorteilhaft im Ladengeschäft präsentiert werden? ? Welches sind die führenden Verlage und wichtigen Reihen für die jeweilige Warengruppe?

Studienarbeit aus dem Jahr 2009 im Fachbereich Filmwissenschaft, Note: 2,0, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg (Fachbereich Kultur- und Naturwissenschaften), Sprache: Deutsch, Abstract: Denkt man an Heimatfilme, denkt man an Idylle, beeindruckenden Berglandschaften, Alpenglühen, Kuhglocken und kleine Dörfer. Man assoziiert seichte Handlungsstränge und imposante Naturaufnahmen von Schwarzwald, Heide und den Alpen. Geschichten um wahre Freundschaft und Liebe, Dirndl- und Zopftragende Mädchen, sowie Wilderer und Förster mit bayerischem oder österreichischem Dialekt. Deutschsprachige Heimatfilme sind Filme, die meist eine heile Welt darstellen. Es geht um Freundschaft Liebe Familie und um das Leben in der dörflichen Gemeinschaft. Die Handlung der Filme spielt meist in Bergen Österreichs Bayerns oder der Schweiz und ist klar und durchschaubar. Doch macht allein dies den Charakter der Gattung aus? Und warum war gerade der Heimatfilm beim deutschen Publikum einmal ein so extrem beliebtes und erfolgreiches Genre, das heute offiziell so konsequent abgelehnt wird? Es gibt wohl kaum jemanden, der von sich sagen kann, dass er nicht schon einmal zwischen unbedachtem Sarkasmus und verstecktem Wohlgefallen, die als trivial und banal verschrien Heimatfilme angesehen hat. Für manch einen mag es nur schwer zu verstehen sein, wie dieses Genre in den Nachkriegsjahren einen solch großen Zuspruch beim Publikum erfahren konnte und diesen teilweise auch heute noch hat, denkt man nur an die konstant hohen Einschaltquoten auch bei wiederholter Ausstrahlung im Fernsehen. Der Heimatfilm gilt als die einzige genuine Genre-Hervorbringung des deutschen Films überhaupt - mit all seinen negativen Konnotationen: Deutschtum, Blut und Boden und Kitsch. Der Heimatfilm war für

die Bundesdeutsche Nachkriegszeit das, was der Western für Amerika war, nämlich das Filmgenre par excellence. In der Zeit zwischen 1947 und 1960 machten Heimatfilme ca. ein Viertel aller Filme aus. Dagegen sind die kritischen Germanic Notes

175 Years of Bertelsmann - The Legacy for Our Future

zur fotografischen Vermittlung eines gesellschaftlichen Selbstbildes um 1900

Interaktive Medien — Interdisziplinäre Projekte

Schwarzsein im "Deutschsein"?

Bertelsmann

In Deutschland gibt es mehr Mobiltelefone als Einwohner. Der Mobilfunkmarkt boomt. Das Handy als ständiger Begleiter erfüllt längst nicht mehr nur die Funktion eines Telefons. Smartphones sind vielmehr multifunktionale Geräte mit Telefonfunktion. E-Mails checken, navigieren, Musik hören, Fotos aufnehmen, die Liste der Möglichkeiten, die ein Smartphone mittlerweile eröffnet, ist lang. Im Herbst 2010 wurden weltweit 77 Millionen Smartphones ausgeliefert. 200 Millionen Nutzer gehen täglich über ein mobiles Endgerät auf Facebook. 100 Millionen Youtube-Videos werden täglich über ein Smartphone abgespielt. Ein amerikanischer Jugendlicher versendet durchschnittlich 3339 SMS im Monat. Durch die hohe Verbreitung und Nutzung von Mobiltelefonen und Smartphones und die wachsenden technischen Möglichkeiten wird Mobile Marketing für Werbung treibende Unternehmen immer relevanter. Auch Apps für Smartphones erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Im Juli 2008 eröffnete der Apple App Store mit nur 500 Apps im Repertoire. 2009 warb Apple bereits mit dem Slogan 'Es gibt für alles eine App'. Mittlerweile hat der Apple App Store über 300.000 Apps. 2009 wurden 300 Millionen Apps über den Store heruntergeladen, 2010 sind es bereits 5 Milliarden. Die Spiele-App „Angry Birds“ demonstriert, wie erfolgreich eine App sein kann. Im Dezember 2009 erstmals im Apple App Store erschienen, stürmte sie schnell die Charts. Im Apple App Store war die App auf dem ersten Platz der meist geladenen Apps in 77 Ländern. Bei der Google-Suche erhält man über 48 Millionen Suchergebnisse. Durch die intuitive und einfache Bedienung in Kombination mit lustigen Spielcharakteren gelang es den Entwicklern, über 30 Millionen Downloads auf verschiedenen mobilen Plattformen zu generieren. Allein auf dem iPhone werden 65 Millionen Minuten täglich 'Angry Birds' gespielt. Einigen wenigen Unternehmen, die Apps als Marketing-Tool nutzen, gelang es ebenfalls, eine erfolgreiche App auf den Markt zu bringen. Die App von Zippo beispielsweise erreichte über 10 Millionen Downloads. Die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen über den mobilen Kanal wird immer relevanter. Unternehmen müssen sich deshalb auf die neuen Vermarktungsmöglichkeiten einstellen und lernen, mit diesen umzugehen. Im Kern beschäftigt sich diese Arbeit mit den Potentialen und Herausforderungen von Mobile Marketing allgemein und im Speziellen mit den Potentialen, Herausforderungen und Erfolgsfaktoren von Apps im Mobile [...]

Inhaltsangabe: Einleitung: China ist ein Land, das die Berichtersteller zwischen zwei Pole drängt: Ergründenwollen und Unverständnis. Jahrelang war China abgekapselt, außerhalb des westlichen Erfahrungsbereiches. Inzwischen hat sich dies

gewandelt. Als stetig wachsende Wirtschaftsmacht ist China heute häufiger Gast in den Medien. Massenmedien sind die wichtigste Quellen für Informationen über das Ausland, insbesondere über ferne Länder. Doch werden Vermittlung und Nutzung von Informationen über andere Länder geleitet von verschiedenen Interessen. Für die Auslandsberichterstattung sind hiervon im wesentlichen zwei zu nennen. Das sind zum einen politische, gesellschaftlich geprägte Interessen, die in erster Linie historisch oder durch die Beziehungen der eigenen zur fremden Nation oder Kultur bedingt sind. Zum anderen besteht bei den Medien ein Interesse an der Vermittlung fremder Kulturen, von kulturellen und damit auch historischen Hintergründen, die das Ausland verständlicher machen. Die Untersuchung "Chinabild im Wandel" stellt dar, wie sich vor dem Hintergrund historischer und politischer Umstände die Darstellung Chinas in der deutschen Presse gewandelt hat. Eine Auswahl von Zeitungsartikeln aus den Jahren 1984, 1990 und 1996 beweist, daß sich das Chinabild stark verändert hat: vom neuen, interessanten Partner während des "China-Booms" der 80er Jahre zum bedrohlichen, "hungrigen" Riesen in den Jahren nach den traurigen Ereignissen auf dem Platz des Himmlischen Friedens 1989. Der Wandel reiht sich ein in die wechselvolle Geschichte der Wahrnehmung Chinas durch Europa. Stets pendelte sie zwischen Bedrohung und Bewunderung. Der Punkt "Stereotypen in der Auslandsberichterstattung", die Bedeutung der Auslandsberichterstattung und schließlich die Arbeitsbedingungen der Korrespondenten in China werden ebenfalls in der Arbeit ausgeführt. Ihre Betrachtung hilft, Art und Weise sowie Probleme der Darstellung Chinas besser einzuordnen. Die Arbeit reiht sich ein in die Länderbildforschung, die viele Analysen zur Darstellung anderer Länder hervorgebracht hat. Sie ist - nach Recherchen der Autorin - die erste, die derart ausführlich die Berichterstattung der deutschen Presse über China untersucht und dabei den steten Wandel des Chinabildes in die Analyse miteinbezogen hat. Damit schlägt sie eine Brücke zwischen ihrem Fachbereich Journalistik zur Sinologie. Inhaltsverzeichnis: Inhaltsverzeichnis: 1. Einleitung 1.1 Fragestellung und [...]

Zur Situation alleinstehender Menschen in unserer Gesellschaft

Bertelsmann Universallexikon

Bertelsmann Universal Lexikon

das Wissen unserer Zeit von A - Z ; 70000 Stichwörter mit über 1000 Fotos, Grafiken, Tabellen, Videosequenzen und ca. 2 Std. Tondokumenten

1997

Ein Lehr- und Arbeitsbuch

Für das Management von Multimediaprojekten gab es bisher keine unternehmensübergreifenden, praxistauglichen Vorgehensmodelle, die auf spezifische Probleme der Multimediabranche zugeschnitten sind. Vorgehensmodelle aus anderen Bereichen, wie etwa der Informatik, berücksichtigen nicht das hohe Gewicht gestalterischer und wirtschaftlicher, marketingorientierter Aufgaben in Multimediaprojekten. Das vorliegende Buch leistet einen wichtigen Beitrag, die in vielen Agenturen eher noch ad hoc geführten Projekte besser planbar und steuerbar zu machen. Die Autorin analysiert Vorgehensweisen und Methoden, die in der Praxis zur Schaffung kreativer Multimedia-Konzepte eingesetzt werden, und

entwickelt diese zu einem allgemeingültigen Vorgehensmodell weiter. Zur Erfassung der branchenüblichen Vorgehensweisen führte die Autorin eine empirische Untersuchung in mehreren repräsentativen Multimedia-Agenturen durch.

Inhaltsangabe: Einleitung: Immer häufiger versuchen Menschen, im besonderen Frauen, die mit der Verwirklichung Ihrer Eigenständigkeit ohne traditionelle Rollenstrukturen einen möglichst hohen Grad an Selbstverwirklichung erreichen möchten, aus den traditionellen Beziehungsmustern wie z. B. der Ehe auszubrechen. Die Suche nach alternativen Lebensformen führt für viele aus verschiedensten Gründen irgendwann zu einem Leben ohne partnerschaftliche Beziehungen. Diese "Singles", oder "Alleinlebenden", wie ich sie im Rahmen meiner Arbeit nennen möchte, stellen inzwischen eine immer größer werdende Gruppe dar und ihre Zahl wird nach Theorien der Familiensoziologen noch weiter steigen. Gang der Untersuchung: Ich möchte mit dieser Arbeit versuchen, einen Einblick in die aktuelle Lebenssituation Alleinlebender - die nach meiner Definition eine Untergruppe der Singles sind - im Hinblick auf ihre psychische sowie physische Verfassung, auf ihre Lebensumstände wie die Wohnungssituation und den derzeitigen Arbeitsmarkt zu vermitteln. Auch möchte ich die Gründe des einzelnen, die jeweilige Lebensform gewählt zu haben, beleuchten. Datenmaterial und Aufbau der Arbeit ist die Auswertung bestehender Untersuchungen und Erhebungen. Beschäftigen wird mich hierbei im besonderen die Gruppe der unfreiwillig Alleinlebenden auf Zeit, wobei sich der Personenkreis der 'echten' Singles, also den bewußt freiwillig alleinlebenden Personen, nicht aus dieser Gruppe ausgrenzen läßt, weil Alleinleben für mein Verständnis als Phase zu betrachten ist. Innerhalb der Auswertung der Interviews und Untersuchungen stellte sich heraus, daß beide Personenkreise -freiwillig und unfreiwillig Alleinlebende innerhalb ihrer Einstellungen bezüglich der gewählten Lebensform schwankten. In manchen Situationen wird das Leben allein sehr positiv bewertet und auch grundsätzlich bejaht, während in anderen Situationen, besonders dann, wenn Einsamkeitsgefühle und Selbstzweifel auftreten, ein großer Wunsch nach Veränderung der Lebensform angestrebt wird. Mein Ziel innerhalb dieser Arbeit besteht darin, die weit verbreitete Vorstellung von den Immer lustig und ledig nur sich selber verwirklichenden Singles " zu relativieren, und Vorurteile, die sich auf die angebliche Beziehungsunfähigkeit der Alleinlebenden beziehen, zu beleuchten. Das beinhaltet auch die Frage, ob ein Leben allein eher als ein Trend zu betrachten ist oder ob diese Lebensform eine dauerhafte Alternative zu traditionellen Beziehungsmustern [...]

deutsches Wörterbuch in zwei Bänden

Der deutsche Heimatfilm von 1950 bis 1970

Sprachkalender Italienisch 2009

Strukturen, Inhalte und Tendenzen des deutschsprachigen Buchmarkts der Gegenwart

zu Vorstellungen vom Monovolk in der Schule und deren Auswirkungen auf die Schul- und Lebenserfahrungen von deutschen Jugendlichen mit schwarzer Hautfarbe ; handlungsorientierte Reflexionen zur interkulturellen Öffnung von Schule und zu rassismuskritischer Schulentwicklung

Lessing Yearbook

Zum 175. Firmenjubiläum Welches Unternehmen kann auf eine so lange Geschichte zurückblicken? Das Haus Bertelsmann, einst ein kleines ostwestfälisches Verlagshaus mit protestantischen Wurzeln, feiert 2010 sein 175. Jubiläum. Hochkarätige Autoren werfen Schlaglichter auf die ebenso wechselvolle wie spannende Unternehmensgeschichte. Ihre Beiträge spiegeln unterschiedliche Sichtweisen wider und ergeben in der Summe ein historisches Bild des Hauses Bertelsmann. Aufbauend auf der Arbeit der Unabhängigen Historischen Kommission, die die Geschichte des Hauses während der Zeit des Nationalsozialismus erforschte, soll die dynamische Wachstumsphase nach 1945 im Mittelpunkt stehen: die Zeit, in der Nachkriegsgründer Reinhard Mohn das Unternehmen führte und die Voraussetzungen für den internationalen Medienkonzern von heute schuf. Vom Mittelstandsverlag, der mit der Gründung des Leserings in den 1950er und 1960er Jahren geradezu zum Synonym für das deutsche Wirtschaftswunder wurde, bis hin zum modernen Medien- und Dienstleistungsunternehmen: Die Geschichte von Bertelsmann ist vor allem geprägt durch kreativen Unternehmergeist. Mit Beiträgen von Hartmut Berghoff, Stephan Füssel, Erik Lindner, Dietrich Leder und weiteren Experten. Hochwertige Ausstattung: durchgehend farbig, Sonderformat im Schuber, mit DVD. „Deutschland ist das Land der Fremdwörterbücher“, so kommentiert Peter v. Polenz 1967 die deutschsprachige Wörterbuchlandschaft zum äußeren Lehnwortschatz. Seit 200 Jahren ist dessen lexikografische Bearbeitung sehr produktiv und die Bücher unter den Nutzern sehr populär. Das liegt nicht zuletzt daran, dass in ihnen ein Wortschatzbereich erfasst, beschrieben, kommentiert, zum Teil auch diskutiert wird, der in der Öffentlichkeit bis heute besondere Aufmerksamkeit erfährt - den deutschen Fremdwortschatz. Bisher fokussierten wissenschaftliche Analysen jedoch vor allem auf ältere und puristische Werke. Diese Untersuchung nimmt den gesamten Wörterbuchtyp und seine jeweilige Ausprägung zwischen 1800 und 2007 in seiner programmatischen und lexikografischen Vielfalt und vor dem jeweiligen historischen Hintergrund in den Blick. Dabei wird auch auf das Verständnis der Autoren vom deutschen Lehngut und dessen Bewertung, wie sie sich in den Büchern zeigt, eingegangen. Typologische Grafiken, merkmalsorientierte Übersichten und ausgewählte Einzelanalysen ergänzen die entwicklungsbezogenen Schilderungen ebenso wie die ausführliche Bibliografie zum Wörterbuchtyp.

The Multimedia and CD-ROM Directory

Warenkunde Buch

Universal-Lexikon Der Tonkunst

Konzeptmanagement

Die Berichterstattung der deutschen Presse

Sprachkalender Spanisch 2009

The Lessing Yearbook, the official publication of the Lessing Society, is a valuable source of information on German culture, literature, and thought of the eighteenth century. Articles are in German or English.

175 Jahre Bertelsmann - Eine Zukunftsgeschichte

GNR

Training the Translator

Sprachkalender Französisch 2009

Sprachkalender Englisch 2009

Notions of Time in Deuterocanonical and Cognate Literature