

<<应用翻译功能论>>

图书基本信息

书名：<<应用翻译功能论>>

13位ISBN编号：9787500134015

10位ISBN编号：7500134010

出版时间：2012-7

出版时间：中国对外翻译出版公司

作者：贾文波

页数：188

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<应用翻译功能论>>

### 内容概要

《应用翻译功能论(第2版中译翻译教材翻译专业研究生系列教材)/口笔译教学与研究丛书/中译翻译文库》编著者贾文波。

翻译理论与实务丛书——应用翻译功能论,结合西方功能翻译理论系统论述应用翻译不同体裁的文本功能特征和翻译策略导向。

根据不同文本的功能和翻译目的、翻译要求,着重时政、科技、旅游、广告、公文等体裁的汉英互译。

理论阐述具有互证性,不独一家之言;策略和方法、技巧的论述具有针对性,利于实际操作。  
书后附有部分应用翻译的佳译实例供读者鉴赏

## <<应用翻译功能论>>

### 作者简介

贾文波，中南大学外国语学院教授、中外文化交流与翻译研究所副所长、英语语言文学翻译方向硕士生导师，湖南省翻译工作者协会常务理事，湖南省社科研究基地——湖南翻译研究基地核心成员及“应用翻译研究”学科带头人，研究方向为应用翻译研究、翻译理论与实践，主要论文有“原作意图与翻译策略”“对外旅游翻译不可忽视民族审美差异”“文本类型的翻译策略导向”“字斟句酌，离形得似”“功能翻译理论对应用翻译的启示”“外宣翻译：意识形态操纵下的改写”“从关联论视角看应用翻译”“文本功能对应用翻译的策略主导”“应用翻译：多元交际互动中的整体复杂行为”，主要专著有《汉英时文翻译高级教程》《汉英时文翻译》《应用翻译功能论》《汉英时文翻译教程》《翻译工作坊：汉英时政翻译》《英汉—汉英应用翻译综合教程》《应用翻译理论与实践》。

## <<应用翻译功能论>>

### 书籍目录

再版前言

原序

#### 第一章 应用翻译概述

- 1.1 应用翻译的特性
- 1.2 应用翻译的语言特征
- 1.3 应用翻译的主流策略导向
  - 1.3.1 “功能性”归化
    - 1.3.1.1 突出“功能对等”
    - 1.3.1.2 “异功能”转换
  - 1.3.2 “行业性”归化
- 1.4 应用翻译的“职场”特征
- 1.5 应用翻译研究现状与发展
- 1.6 应用翻译研究的理论问题

#### 第二章 西方功能翻译理论概述

- 2.1 功能翻译学派领军人物及其主要思想
  - 2.1.1 赖斯的文本类型说
  - 2.1.2 费米尔的“目的论”
  - 2.1.3 曼塔利的“翻译行为”理论
  - 2.1.4 霍恩比的“综合法”
  - 2.1.5 诺德的翻译思想
    - 2.1.5.1 忠诚原则
    - 2.1.5.2 “纪实翻译”与“工具翻译”
- 2.2 翻译过程：一种“交际互动”
- 2.3 翻译要求

#### 第三章 纽马克与奈达的功能翻译思想

- 3.1 纽马克的文本功能分类说及其两大翻译法
  - 3.1.1 文本分类说
  - 3.1.2 语义翻译与交际翻译
- 3.2 奈达的“功能对等”理论
  - 3.2.1 “功能对等”的含义
  - 3.2.2 “功能对等”的标准

#### 第四章 应用翻译：多元交际互动中的整体复杂行为

- 4.1 翻译过程：多元主体的“交际互动”
- 4.2 翻译策略：从文本功能出发
- 4.3 篇章布局：按“翻译要求”行事
- 4.4 译文效果：与读者期待吻合

#### 第五章 政治文献翻译的“表达性”功能要素

- 5.1 “表达性”要素在政治文献翻译中的体现
- 5.2 政治文献翻译应注意的几个问题
  - 5.2.1 如何处理中国特色词汇
  - 5.2.2 如何看待译文中的冗余现象
  - 5.2.3 如何处理“竹”型与“树”型结构之差
- 5.3 政治文献翻译常用手法
  - 5.3.1 选词用字紧扣内涵
  - 5.3.2 句式组合分清主从

## <<应用翻译功能论>>

### 5.3.3 特色语汇充分阐释

## 第六章 科技、公文翻译的“信息性”功能要素

### 6.1 科技翻译：信息传递的真实性

#### 6.1.1 措辞精确严谨

#### 6.1.2 行文通顺自然

#### 6.1.3 表达符合规范

### 6.2 公文翻译：突显译文语域特征

#### 6.2.1 语域特征在公文翻译中的表现

#### 6.2.2 公文翻译的功能性归化策略

##### 6.2.2.1 顺应译文语域特征

##### 6.2.2.2 注重译文尺牍规范

##### 6.2.2.3 行文不厌繁文缛节

## 第七章 旅游与商业广告翻译的“诱导。

## 陛”功能要素

### 7.1 旅游翻译：读者至上

#### 7.1.1 迎合读者审美期待

#### 7.1.2 顺从译文文体规约

#### 7.1.3 注重译文读者效应

### 7.2 广告翻译：诱导为先

#### 7.2.1 以情诱之，增强译文感染力

#### 7.2.2 辨明差异，遵从目的语规范

#### 7.2.3 避免“八股”，注意“内外有别”

## 第八章 外宣翻译：意识形态操纵下的改写

### 8.1 外宣翻译的意识形态倾向

### 8.2 翻译：被操纵的改写

### 8.3 “改写”：文学创新的途径

### 8.4 外宣翻译：“改写”是主流

## 主要参考文献

<<应用翻译功能论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>