

<<应用文体翻译教程>>

图书基本信息

书名：<<应用文体翻译教程>>

13位ISBN编号：9787566304223

10位ISBN编号：7566304224

出版时间：2012-9

出版单位：University of International Business and Economics Press

作者：BEN SHE.YI MING

页数：284

字数：372000

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>

<<应用文体翻译教程>>

内容概要

《展望全国高等院校英语专业系列精品教材：应用文体翻译教程》内容以应用文体翻译为主，总体上分为十章。

第一章是总论，主要介绍翻译的概念、标准、翻译的社会功能与目的、译者的素质和译者主体性，其目的是让读者了解有关翻译的基本知识。

第二章主要介绍应用文体的特征及其翻译要求，以便读者了解本书的主旨和内容。

第三章介绍应用文体翻译的生态视角，概述了胡庚申提出的翻译适应选择论和生态翻译的基本原则，探讨了翻译中的“改写”现象，以及翻译适应选择论视阈下应用文体翻译的具体形态。

这一章的作用是为下面各章的具体讨论设定一个理论基础。

第四章介绍广告商标的文体特点与翻译策略。

第五章介绍旅游文本的文体特点与翻译策略。

第六章介绍商贸函电的文体特点与翻译策略。

第七章介绍科技文献与产品说明书的文体特点与翻译策略。

第八章介绍法律文书、契约合同的文体特点与翻译策略。

第九章介绍通俗文学形式之一的影视文本与电影片名的文体特点与翻译策略。

第十章介绍各种社交应用文体，包括各种社交信件、公示语、简历、证明书等的文体特点与翻译策略。

第四章到第十章主要根据七种常用文体的语用功能和交际特点，从句法、修辞、措辞等方面对各相关文体材料的特点展开分析，并结合翻译适应选择论对各种文体的翻译原则和翻译策略展开探讨，并提出具体方法。

第一章到第三章后有思考题，从第四章开始每章后面附有相关翻译练习，供学习者练习提高，也可供教师讲解之用。

书后附参考译文。

<<应用文体翻译教程>>

书籍目录

第一编 应用文体翻译总论

第一章 翻译总论

- 1.1 翻译的定义
- 1.2 翻译的标准
- 1.3 翻译的目的与功能
- 1.4 译者的素质要求
- 1.5 译者的主体性

第二章 应用文体与翻译

- 2.1 应用文体概述
- 2.2 应用文体的构成及其主要特征
- 2.3 不同文体的翻译要求

第二编 应用文体翻译的生态学视角

第三章 应用文体翻译的生态学视角

- 3.1 翻译适应选择论与生态翻译学简介
- 3.2 有关翻译适应选择论的几个论题
- 3.3 翻译适应选择论视阈下的“忠实”与“创造”
- 3.4 翻译适应选择论视阈下的应用文体翻译

第三编 应用文体与翻译

第四章 广告商标翻译

- 4.1 广告的定义及文体特点
- 4.2 译文举例
- 4.3 广告商标翻译要领与译文分析
- 4.4 广告商标翻译策略
- 4.5 广告商标翻译对比研究
- 4.6 补充练习

第五章 旅游文本翻译

- 5.1 旅游文本文体特点
- 5.2 译文举例
- 5.3 翻译要领与译文分析
- 5.4 翻译策略
- 5.5 错误译文举隅
- 5.6 补充练习

第六章 商贸函电的翻译

- 6.1 商贸函电的文体特点
- 6.2 英汉译文举例
- 6.3 翻译要领与译文分析
- 6.4 翻译策略
- 6.5 翻译病句举隅
- 6.6 补充练习

第七章 科技文献与产品说明书的翻译

- 7.1 科技文体的特点
- 7.2 英汉译文举例
- 7.3 翻译要领与译文分析
- 7.4 翻译策略
- 7.5 翻译病句举隅

<<应用文体翻译教程>>

7.6 补充练习

第八章 法律文献与契约合同的翻译

8.1 法律语言的定义及文体特点

8.2 英汉译文举例

8.3 翻译要领与译文分析

8.4 翻译策略

8.5 补充练习

第九章 影视与传媒文本的翻译

9.1 影视语言的文体特点

9.2 译文举例

9.3 影视台词的交际目的与翻译原则

9.4 影视翻译策略

9.5 影视台词翻译对比研究

9.6 补充练习

第十章 社交应用文的翻译

10.1 社交应用文的文体特点

10.2 英汉译文举例

10.3 翻译要领与译文分析

10.4 翻译策略

10.5 翻译病句举隅

10.6 补充练习

附录：练习参考答案

参考文献

<<应用文体翻译教程>>

章节摘录

(1) 改译 改译是指抛弃原文固有表达形式而将原文内涵按照译入语习惯加以转述的翻译方法。

这一策略也正是基于英汉两种语言 and 其所代表文化的差异。

英语重形合，汉语重意合，英语行文追求语法严谨，汉语追求简洁空灵，因此译者在翻译时要适应读者的接受习惯，适当选择改译，使译文更为读者所接受。

1) Do not remove any parts or components from the equipment unless it is authorized. 不得随意拆卸设备零部件。

原文中用“unless”引导了一个显性的条件关系，其实就是“未经同意”之意，而译文中将其省略，原因是“不得随意”就已经隐含了这层意思，已经足以传达原文的交际意图，如果硬把条件关系译出“除非得到许可”，使译文显得冗繁罗嗦。

2) The KODAK fiche reader 321A is easy to operate, versatile, compact and has a pleasing modern design. 柯达321A型缩微胶片阅读器操作简便，功能齐全，结构紧凑，造型美观。

译文抛弃了原文框架，巧用四字型主谓结构，行文工整，结构对称，表现力强，适应了汉语读者的阅读喜好，能够达到较好的交际效果。

(2) 零翻译 零翻译是把源语中的词语原封不动地移到目的语中，也就是在汉语中直接使用英文单词或字母组合。

零翻译是对翻译手段的有效补充。

这一概念是由邱懋如教授针对常规翻译概念中不可译的问题提出的。

有些科技术语或科技产品源于国外，一旦译成汉语有时难以保证对原产品的认识，为了适应交际的需求，采用零翻译方法不失为一种有效选择。

以2010年最具影响力的十大移动产品和这十年间最具技术影响力的十大软件产品（国外）为例，2010年十大移动产品分别是iPhone4, iPad, Android, HTML5, App Stores, iAd, LTE, Foursquare, 条形码扫描仪和NFC;而这十年间最具技术影响力的十大软件产品是Facebook, Eclipse, Twitter, Gmail, NET, Ruby on Rails, Wikipedia, Foursquare, iOS和Hadoop。

这里面除了Wikipedia翻译成“维基百科”外，其余的英文产品名或是没有中译名，或是没有比较被认可、统一的中译名。

试想如果把iPhone4音译为“爱疯死”或意译为“我电话4”，或是音译意译相结合为“我疯4”或是“爱电话4”，是不是能够反映这个产品的原形象呢？

这个译名能否被iPhone4的追随者所接受呢？

会不会影响该产品在中国市场的认知和接受呢？

答案是众说纷纭。

这种情况下，行之有效的翻译策略只有移译，能够不耗损原文内涵，实现交际目的最优化。

.....

<<应用文体翻译教程>>

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>