

<<商务翻译概论>>

图书基本信息

书名：<<商务翻译概论>>

13位ISBN编号：9787811355321

10位ISBN编号：7811355329

出版时间：2010-6

出版时间：暨南大学出版社

作者：任月花

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>

<<商务翻译概论>>

前言

世界经济飞速发展，信息技术日新月异，对外商务活动日益频繁，势必需要大批的商务翻译工作者。

然而，一般翻译者未必能够胜任商务翻译这一工作，因为商务翻译有其特殊的语言特点及文体特征。正是基于这一点，商务翻译研究显得颇为重要。

本书由四部分构成。

第一部分对商务英语进行了简单介绍，涉及商务英语及其研究内容、商务语言的特点与商务翻译概要。

第二部分从商务翻译的策略取舍和商务翻译中的文化问题两方面对商务翻译的宏观方法进行了深入的研究。

第三部分探讨了商务翻译的微观技巧，在对商务翻译的基本方法进行分析之后，又专门探讨了商务翻译技巧的一些专题，诸如商务术语翻译、商务修辞翻译等，以期全面揭示商务翻译的规律。

最后一部分论述了各类商务题材的翻译，包括商务信函、传真与电子邮件的翻译、产品说明书的翻译、商务广告的翻译及商务合同的翻译。

本书具有以下特点：（1）专业性。

本书紧扣“商务”这一主题，所举的例证均选自与商务有关的翻译材料，专业性极强。

（2）广泛性。

本书既研究了商务翻译的宏观方法，又探讨了商务翻译的微观技巧，还专门论述了各类商务题材的翻译，旨在全面探讨商务翻译技巧。

（3）实用性。

本书从实用的角度，注重理论与实践的有机结合，可以为读者提供商务翻译的学习指南；并且以“读者中心论”为指导，探讨了全译以外的其他翻译方法，从而满足翻译工作者的诸多实践需要。

（4）文化性。

本书自始至终贯穿文化主线，而且专门分析了商务活动中的文化问题，以凸显翻译跨文化的特性。

本书可作为商务专业学生、同等学力进修生的专业参考书，也可作为商务专业教师的翻译教学参考书及商务英语翻译从业人员的参考资料。

本书得以面世，得归功于所有关心和支持我的人。

首先，应该感谢广东技术师范学院的贺显斌教授。

贺教授于百忙之中对本书的选题，提纲的确定，书稿的初稿、定稿以及出版等都提出了非常宝贵的建议，并且始终给予我关心、支持和鼓励。

在此，谨向他致以最衷心的感谢。

<<商务翻译概论>>

内容概要

本书针对商务英语的特点从宏观方法和微观技巧方面对商务翻译进行探讨，并专题论述了各类商务题材的翻译。

全书由四部分构成。

第一部分对商务英语进行了简单介绍，涉及商务英语及其研究内容、商务语言的特点与商务翻译概要。

第二部分从商务翻译的策略取舍和商务翻译中的文化问题两方面对商务翻译的宏观方法进行了深入的研究。

第三部分探讨了商务翻译的微观技巧，在对商务翻译的基本方法进行分析之后，又专门探讨了商务翻译技巧的一些专题，诸如商务术语翻译、商务修辞翻译等，以期全面揭示商务翻译的规律。

最后一部分论述了各类商务题材的翻译，包括商务信函、传真与电子邮件的翻译、产品说明书的翻译、商务广告的翻译及商务合同的翻译。

<<商务翻译概论>>

书籍目录

前言第一章 商务英语概述 第一节 商务英语及其研究内容 一、商务英语的界定与内涵 二、商务英语的研究对象 第二节 商务语言的特点 一、商务语言的词法特点 二、商务语言的句法特点 三、商务语言的语篇特点 四、商务语言的修辞特征 第三节 商务翻译概要 一、商务翻译的过程 二、商务翻译质量的评价标准 三、商务翻译中常见的错误 四、商务翻译人才的培养模式第二章 商务翻译的宏观方法 第一节 商务翻译的策略取舍 一、商务语体的全译 二、商务语体的变译 第二节 商务翻译中的文化问题 一、商务题材中的文化内涵 二、文化差异与商务翻译中的信息问题 三、商务翻译中对文化信息的处理原则与方法 四、商务翻译中的文化问题对译者提出的要求第三章 商务翻译的微观技巧 第一节 商务翻译的基本方法 一、商务翻译中的“增” 二、商务翻译中的“减” 三、商务翻译中的“改” 第二节 商务翻译技巧专题探讨 一、商务术语与缩略语的翻译 二、商务词汇翻译举隅 三、商务翻译中数字的处理方法 四、商务语篇长句与复合句的翻译 五、商务修辞翻译第四章 各类商务题材的翻译 第一节 商务信函、传真与电子邮件的翻译 一、商务信函的翻译 二、商务传真的翻译 三、商务电子邮件的翻译 第二节 产品说明书的翻译 一、产品说明书的形式和类别 二、产品说明书的结构 三、产品说明书的语言特点 四、产品说明书的翻译 第三节 商务广告的翻译 一、商务广告的结构 二、商务广告的分类 三、商务广告的文体特征 四、商务广告的翻译 第四节 商务合同的翻译 一、合同的定义及分类 二、商务合同的结构 三、商务合同的文体特征 四、商务合同的翻译附录参考文献

<<商务翻译概论>>

章节摘录

2.商务广告的翻译标准：功能相似、灵活对等 商务广告的一个重要功能是刺激潜在的消费者对某一产品或服务的需求，说服他们去购买或消费。

因此，成功的译文应该与原文有大致相同的宣传效果、信息传递功能和移情感召功能。

因此，商务广告的翻译应该遵循功能相似、灵活对等的标准。

需要注意的是，由于中西方语言文化的内涵不同，原语和译人语的目标消费者的社会和文化背景有异，译者需要充分考虑消费者的接受效果，考虑其审美、文化和接受差异，发挥主观能动性和艺术创造力，对广告译文进行必要的调整和灵活变通。

可见，笼统的“忠实”、“精确”标准是无法指导广告翻译实践的。

广告翻译追求的目标是灵活对等，即译者应在努力保存原文的基本信息的同时，通过一定的艺术手段对其表达形式进行较为自由灵活的处理，使译文从目标受众的角度看来更加地道，乐于接受，从而付诸行动。

3.商务合同的翻译标准：准确严谨、统一规范、通顺得体 商务合同是自然人或法人之间为实现一定的商务目的，按一定的合法手续达成的规定相互权利和义务的契约，它对签约各方都具有法律约束力。

其文体具有用语正式、句式严谨、篇章结构固定等特点。

因此，商务合同的译文应该符合准确严谨、统一规范、通顺得体的标准。

(1) 准确严谨是合同翻译的首要标准。

合同是签约双方应该遵守的规定，具有法律约束力，因而合同措辞应准确，行文应严谨。

如果译文既不准确，也不严谨，那么合同翻译也就不能称其为翻译。

(2) 统一规范是指概念、术语等的译名应该与国际惯例保持一致，避免译名多样化，保持译名的稳定性和统一性，以避免误解，顺利传达信息；合同用语必须正式、规范，不能口语化。

(3) 通顺得体是合同翻译的另一个重要标准。

合同多复杂长句，结构盘根错节，以包含尽可能多的信息，同时保证提供的信息完整严密。

因此，合同译文必须条理清楚，表达通顺。

同时，合同文本是正式程度最高的契约文本，因而合同译文的语言必须契合契约文体特点，格式、套语的翻译务必得体。

三、商务翻译中常见的错误商务翻译中常见的错误分为两类：一是误译，二是译文不得体。

1.误译 由于一些译者缺乏商务语境意识、欠缺相应的商务知识，或是翻译技巧运用不当，商务翻译中许多错误屡见不鲜。

(1) 缺乏商务语境意识、欠缺相应的商务知识而导致的误译。

商务文本专业性极强，如果译者在翻译过程中缺乏商务语境意识，欠缺相应的商务知识，就会导致对术语、多义词、名词复数、叠用的近义词和新生词汇的翻译错误。

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>