第一图书网, tushu007.com

<<实用翻译>>

图书基本信息

书名：<<实用翻译>>

13位ISBN编号：9787308029681

10位ISBN编号：7308029689

出版时间：2002-4

出版时间：浙江大学出版社

作者：翁凤翔

页数：277

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

第一图书网, tushu007.com

前言

15年风雨兼程，15年征途漫漫。
我国已成为世界贸易组织的成员国。
机遇与挑战俱来，权利与义务同存。
据有关部门论证，入世后我国有五类人才紧缺，其中之一就是了解国际惯例、符合国际经济需要的外语人才。
这就是外语加上经济贸易的复合型人才，而不是一般的外语人才。
为了提高我国的国际竞争能力，在国际经济的大舞台上开创新局面，必须掌握经营之道，提高语言水平，熟悉国际惯例，这已成为有志于从事国际经贸活动的人的共同愿望。
翁凤翔先生主编的《21世纪国际商务英语丛书》适逢其时，将为培养这类人才提供有效的教材。
根据我国对外开放的客观需要，也为了与我国入世的征途同步，从20世纪80年代中后期起，我国外语界开始系统地讨论与研究商务英语。
商务英语是专门用途英语（English for Speci6c Purposes，EsP）的一个分支。
与通用英语课程（一般以传授语言知识和技能为主要内容）不同的是，EsP课程的目标和内容是以特定的语言交际功能和受业者的交际需要（communication。
requirements）而确定的，即以学习者的学习目的来确定教学目标，安排教学内容，选择教学方法。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书对国际商务英语翻译的基础理论问题用较少的篇幅作了通俗易懂的简单介绍，从国际商务英语所涉及的主要业务领域的翻译问题作了由浅入深的介绍和详细的解释，对国际商务英语中一些最常见的词汇、短语的英汉互译作了较为详细的阐释。

书籍目录

序前言第一章 国际商务英语翻译第一节 翻译的概念第二节 翻译过程一、“ 进去 ”二、“ 出来 ”三、“ 进去 ”与“ 出来 ”四、翻译过程是信息传递和信息再现过程第三节 翻译步骤一、信息分析二、信息传译三、信息重组四、信息验证五、信息终端第四节 有关国际商务英语一、国际商务英语是否存在二、商务英语与国际商务英语三、国际商务英语定义四、国际商务英语的归属第五节 国际商务英语翻译的必然性、重要性及跨文化交际一、必然性二、重要性三、国际商务英语翻译与跨文化交际第六节 国际商务英语的特点一、文体的复杂性二、实用性第七节 国际商务英语翻译的现状第二章 国际商务英语翻译的标准及方法第一节 国内翻译标准一、“ 信、达、雅二、“ 宁信而不顺三、“ 神似 ”与“ 形似 ”四、“ 化境 ”第二节 国外翻译标准一、翻译“ 三原则 ”二、“ 功能对等 ”三、“ 语义翻译 ”与“ 交际翻译 ”四、“ 意义上、功能上、效果上等值五、“ 翻译等值第三节 中外翻译标准的共性第四节 国际商务英语翻译的标准一、“ 4Es ”——国际商务英语翻译标准二、“ 4Es ”标准的应用第三章 商标、品牌、商号的翻译第一节 商标与品牌一、商标是什么？
二、品牌与牌子第二节 商标的功能及商标词的构成一、商标的主要功能二、商标词的构成第三节 商标翻译文化信息对等第四节 商标翻译灵活对等第五节 商标翻译常见手法一、音译二、意译三、音意兼顾四、自由译五、转译六、不译或部分译第六节 商号的翻译一、商号与商标二、商号的翻译方法三、公司名称的翻译四、工厂名称的翻译五、酒店、饭店、宾馆名称的翻译六、商店名称的翻译七、“ 大厦 ”的翻译第四章 名片的翻译第一节 姓名的翻译一、人名文化信息的不对等二、性别信息的不对等三、人名拼音译法及写法第二节 地址的翻译一、地址、门牌号码的译法与写法二、地名、路名的翻译第三节 职位、职称及部门名称的翻译一、职位、职称的翻译二、常见公司、企业部门名称的翻译第五章 国际商务法律文献的翻译第一节 国际商务法律文献文体及语言特征一、法律语言风格二、法律英语词汇、句子特点第二节 国际商务法律文献翻译的对等一、语义信息的对等二、风格信息的对等第三节 法律文献翻译中长句的处理一、长句构成的因素二、长句翻译的处理方法第四节 国际商务法律文献翻译的“ 直译 ”与“ 意译 ”第六章 广告的翻译第一节 有关广告一、什么是广告二、广告文体三、英语广告的语言特点及其翻译第二节 广告的功能与翻译一、说理类广告二、移情类广告……第七章 缩略词语的翻译第八章 商品说明书的翻译第九章 常用国际商务英汉、汉英词汇翻译第十章 饮食的翻译第十一章 国际商务英语信函的翻译

章节摘录

我们可以将翻译过程分为两个阶段，即：“ 进去 ”与“ 出来 ”，换言之，理解与表达。
一个好的译者应该能做到“ 进得去 ”和“ 出得来 ”。
一、“ 进去 ”　　“ 进去 ”具体指的是译者透彻地理解原文，这一步是翻译的基础。
失败的翻译，或者说错误的翻译，往往就是译者没有真正“ 钻进 ”原文。
一般说来，英译汉时译者“ 进不去 ”的情况比汉译英多，这是因为译者有时没有或不能理解英语原文，而以汉语为母语的中国人理解汉语一般不成问题。
所以，要真正“ 进去 ”，译者必须有扎实的英语语言功底和有关的专业背景知识，并且熟知英汉两种语言文化知识，否则译者就不能真正“ 进去 ”，这样“ 出来 ”时势必留下“ 遗憾 ”。
例如以下的美国可口可乐广告： Can ’ t Beat the Real Thing.这句广告若翻译成“ 不能打败真正的商品 ”，我们就可以说译者没有“ 进去 ”，他没有明白这句话的深层结构含义。
译者首先要明白这是句广告语，广告的目的是宣传产品、打动消费者。
因此，这句话若翻译成“ 挡不住的诱惑！
”既简洁，又把原文的真正含义传递出来了。

第一图书网, tushu007.com

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