第一图书网, tushu007.com

# <<文化创意产业翻译>>

## 图书基本信息

书名：<<文化创意产业翻译>>

13位ISBN编号：9787119072340

10位ISBN编号：711907234X

出版时间：2011-11

出版时间：外文出版社

作者：吕和发　等编

页数：242

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


## 内容概要

本书是《应用翻译理论与实务丛书》之一，是一部关于文化创意产业翻译的力作。
本书涉及主题主要有主持翻译、影视翻译、美术翻译、图片说明翻译、文博景点翻译、演出翻译、会展翻译、广告翻译、新闻翻译、网络翻译、旅游业翻译、合约翻译、翻译的质量管理等，对我国新兴的一些行业的英文翻译进行了详细而具体的分析，无疑具有很重要的指导意义。

## 作者简介

吕和发，北京第二外国语学院教授；现为中国翻译协会专家会员、中国跨文化交际学会会员。
主要研究领域：跨文化交际、应用翻译、国际旅游传播等。
在学术期刊发表论文50余篇，主要著作有《公示语汉英翻译》、《全球化营销翻译》、《旅游促销概论》等。

周剑波，北京第二外国语学院副教授，现为中国翻译协会专家会员。
主要研究领域：应用翻译、英语教学法、计算机辅助翻译、翻译语料库等。
主要著作有《全球化营销翻译》、《旅游翻译理论与实务》、《公示语汉英翻译》等。

许庆欣，厦门大学外文学院讲师，厦门市翻译协会会员。
主要研究领域：功能语言学、自然语言处理、跨文化交际等。
参与编写《职业英语系列——物流英语》、《英语应用文》等。

## 书籍目录

第一章 文化创意产业翻译：定义、地位与标准
1.1 文化创意产业翻译：定义与实践
1.2 文化创意产业翻译：地位与角色
1.3 文化创意产业翻译：原则与标准
1.4 文化创意产业翻译：责任与使命
第二章 主持翻译
2.1 主持人定义及分类
2.2 主持翻译的应用范围
2.3 主持人语言交际特点
2.4 主持翻译的难点及挑战
2.5 主持翻译技巧
2.6 如何进行主持翻译的译前准备
第三章 影视翻译
3.1 电影、电视的特点
3.2 电影、电视的翻译
第四章 美术翻译
4.1 美术翻译的基本特点
4.2 语篇重构的必要性
4.3 重建译本语篇的依据
4.4 提升译文语体品味
第五章 图片说明翻译
5.1 图片说明的语言特点及其翻译原则
5.2 图片新闻说明的翻译
5.3 展览展示图片说明的翻译
5.4 图集画册图片说明的翻译
5.5 网站图片说明的翻译
第六章 文博景点翻译
6.1 景点牌示的文体特点
6.2 景点牌示的翻译策略和技巧
6.3 景点牌示的汉译英问题
第七章 演出翻译
7.1 戏剧翻译
7.2 演出宣传单翻译
7.3 演出票务翻译
第八章 会展翻译
8.1 会展推广的翻译
8.2 会展相关信息的翻译
8.3 会展后媒体宣传材料和后续事项的翻译
第九章 广告翻译
9.1 广告文案的特点
9.2 广告的语用策略
9.3 中文广告的语言特点
9.4 英文广告的语言特点
9.5 广告翻译策略
9.6 广告翻译实例解析

第十章 新闻翻译
10.1 新闻和对外新闻传播
10.2 新闻写作规范
10.3 汉英新闻翻译原则
10.4 汉英新闻翻译方法
10.5 新闻导语的翻译
10.6 新闻标题的翻译
第十一章 网络翻译
第十二章 旅游业翻译
第十三章 合约翻译
第十四章 翻译的质量管理
参考文献

## 章节摘录

化创意产业信息服务系统类别的划分遵循了这样一个原则就是以服务对象——消费者为核心。正是这个特定的消费群体的构成呈多元性，需求呈多样性，文化创意产业信息的题材和体裁形式几乎包括了翻译实践者接触的绝大多数形式，翻译策略和方法的采用也就不会是某种，或某几种。

文化创意产业信息服务系统的动态信息和静态信息两大系统分支，各功能信息载体，各信息提供机构依据文化创意产业市场发展程度和文化创意产品消费者需求特点提供信息服务；文化创意产业动态信息和静态信息两大系统分支之间，各功能信息载体之间，各信息提供机构之间协调互补，构成文化创意产业信息服务的宏观和微观网络体系，满足不同文化背景、消费取向、消费阶段的消费者日益增长的文化和信息需求。

功能派的“目的论”强调了文本、篇章的交际传播目的。
而事实是这个篇章不会是孤立存在的，其交际传播“目的——Objectives”也要与信息服务系统中实现不同目的的其它文本、篇章共同服务于特定的整体传播交际实践“目标——Goals”；这个整体传播交际实践目标也不会是孤立存在的，也要与信息服务系统中历史的、现实的、未来的交际传播、经营“目标”整合协调，以履行企业的社会和营销“使命——Mission”。
一个国家的文化创意产业同样有其预设“目的——Objectives”、“目标——Goals”和“使命——Mission”，通过文化的国际交流，中国民族文化走出去，外国优秀文化走进来，实现文化理解和交融，构建和谐世界就是我们国家文化创意产业“使命——Mission”。

……

## 编辑推荐

翻译本科、翻译硕士、翻译研究人员、翻译教学人员；国际营销、促销传播专业学生、商务英语专业学生、国际贸易专业学生；专职译员、企业国际营销与促销管理人员等阅读参考。

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