第一图书网, tushu007.com

<<应用翻译中的审美与文化透视>>

图书基本信息

书名：<<应用翻译中的审美与文化透视>>

13位ISBN编号：9787313065834

10位ISBN编号：7313065833

出版时间：2010-8

出版时间：上海交通大学出版社

作者：冯修文

页数：279

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

内容概要

《应用翻译中的审美与文化透视：基于商标品牌名和品牌广告口号的翻译研究》基于商标品牌名和品牌广告口号的翻译研究，探讨应用翻译的审美和文化透视。
从审美角度剖析了中英文商标品牌命名与译名的音韵美、意境美和形式美，从音美、意美和形美三个方面详细阐述了品牌广告口号的修辞特点；从文化角度深入挖掘了中华老字号中的文化内涵，并探讨向外推介中华老字号的“文化传真”。
提出商标品牌名翻译的两大原则，一是悦耳悦心悦目，音美意美形美；二是译名“名副其实”，凸显品牌特性。
翻译中华老字号，音译胜于意译；老字号音译，文化传播优先；老字号音译，有利于传播。
品牌广告口号的翻译标准一要以审美为重，二要语言简洁，音韵和谐，三要做到跨文化交际。

书籍目录

第1章　商标与品牌1.1　商标概述1.1.1　商标的定义与分类1.1.2　商标的构成要素与基本特征1.1.3　商标的使用与禁忌1.2　品牌概述1.2.1　品牌的定义与分类1.2.2　品牌的基本特征1.2.3　品牌的功能1.2.4　品牌口号第2章　商标品牌名的审美与文化透视2.1　商标品牌命名的“三美”论2.1.1　商标品牌名的审美2.1.2　商标品牌命名的“三美”2.2　商标品牌名的文化透视2.2.1　语言与文化2.2.2　商标品牌名中的文化因素2.3　中英文商标品牌名比较2.3.1　中英文商标品牌名的相似点2.3.2　中英文商标品牌名的不同点2.3.3　商标品牌名的本土化与国际化第3章　商标品牌名翻译3.1　商标品牌名翻译的重要性3.1.1　外国商标品牌名汉译成功案例解读3.1.2　中文商标品牌名英译成功案例解读3.1.3　商标品牌名翻译的注意事项3.2　商标品牌名翻译的理论探讨3.2.1　应用翻译理论3.2.2　商标品牌名翻译的“三美”论3.3　商标品牌名翻译的原则和方法3.3.1　翻译原则和方法3.3.2　翻译中的文化传真第4章　品牌广告口号翻译4.1　品牌广告口号概述4.1.1　品牌广告口号的文本功能分析4.1.2　品牌广告口号的语言特点4.1.3　品牌广告口号的修辞特点4.2　品牌广告口号翻译4.2.1　品牌广告口号翻译的标准4.2.2　英文品牌广告口号翻译的策略4.2.3　中文品牌广告口号翻译的策略附录Ⅰ　中英文商标品牌名翻译荟萃附录Ⅱ　英文品牌口号翻译摘录后记

编辑推荐

《当代语言学研究文库》是一个具有开放性和创新性的学术平台，旨在探索当代语言学研究的最新领域，多角度展示研究成果。
文库第二辑在为当代语言学的研究、发展提供学者间交流机会的同时，继续学科融通、兼收并蓄的编辑理念，崇尚原创作品，力推新人新作。

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