

<<诗型广告翻译研究>>

图书基本信息

书名：<<诗型广告翻译研究>>

13位ISBN编号：9787561429952

10位ISBN编号：7561429959

出版时间：2004-12

出版时间：四川大学

作者：靳涵身

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>

<<诗型广告翻译研究>>

内容概要

诗型广告有其它文本所不可替代的特点，这使它对翻译研究有着特殊的意义。

从语言艺术的角度看，对文学翻译的研究最具典型意义。

而在文学翻译研究中，最具典型意义的就是诗歌翻译。

由于诗型广告既是诗歌，又是广告，对诗型广告翻译的研究必然是诗歌翻译研究和广告翻译研究的结合。

此项研究包括：广告研究、诗歌研究、翻译研究、广告翻译研究、诗歌翻译研究、诗型广告研究、诗型广告翻译研究。

诗型广告翻译研究成果为“诗论篇”、“欣赏篇”和“翻译篇”。

“诗论篇”力图通过对一些典型诗论的讨论达到对诗歌与诗歌特点的基本认识；“欣赏篇”是以诗歌特点为鉴法辨析诗型广告中的诗性；“翻译篇”是对广告、翻译、广告翻译、诗歌翻译和诗型广告翻译的专题讨论。

<<诗型广告翻译研究>>

书籍目录

诗论篇 1 诗论语录 1.1 诗的本质 1.2 诗的品质 1.3 诗歌创作 1.4 诗歌欣赏 1.5 诗人与诗 1.6 诗与人生 1.7 诗与社会 1.8 诗与语言 2 以诗论诗 2.1 小事偶记 2.2 心智, 心地, 心灵 2.3 无题 2.4 心田的图画 2.5 诗 2.6 这是…… 2.7 无题 2.8 灵魂的食粮 2.9 无题 2.10 指画 2.11 无题 2.12 沼泽旁, 诗人答应沉默 2.13 此 界无定型 2.14 当温柔的话语逝去 2.15 无题 2.16 无题 2.17 无题 2.18 无题 2.19 面包与音乐 2.20 读OmarKhayyam《鲁拜集》有感 2.21 无题 2.22 无题 2.23 无题 2.24 篇头语 3 诗论小结 3.1 诗的定义 3.2 诗的功能 3.3 诗的种类 3.4 诗的品质 3.5 诗歌创作 3.6 诗歌欣赏 欣赏篇 1 诗型广告之“音美”赏析 1.1 节律 1.2 韵律 1.3 重复 1.4 排比 1.5 层进 1.6 小结 2 诗型广告之“意美”赏析 2.1 视觉意象 2.2 听觉 意象 2.3 触觉意象 2.4 味觉意象 2.5 嗅觉意象 2.6 动感意象 2.7 通感意象 3 诗型广告之“辞美”赏析 翻译篇 参考文献 附录

<<诗型广告翻译研究>>

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>