

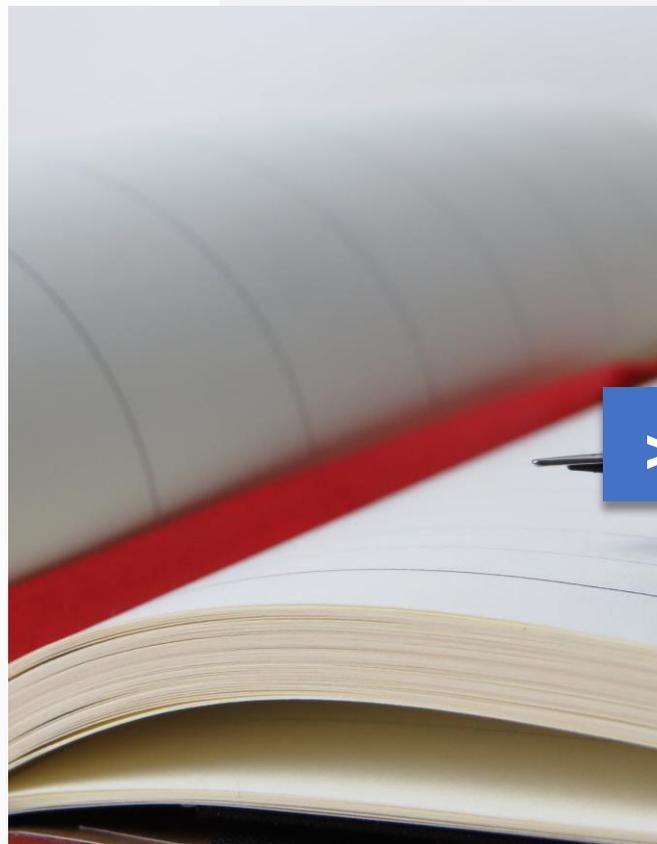
Особенности перевода информационных сообщений, тематических статей и объявлений.

Search ...



Основная задача

Основная задача при переводе информационного текста – донести до читателя его *содержание* в самой ясной, привычной форме, т. е. передать функцию речевого произведени



Особенности перевода информационных текстов

наиболее четко проявляются при

ПЕРЕДАЧЕ

ЗАГОЛОВКОВ

Например:

Заголовки, построенные на игре слов, на каламбурах, цитатах, аллюзиях и деформированных идиомах. Например: «Оскар» невезения; Сотворение суши (материал о японской кухне); При царе Горохе; Кто виноват и что делать? и т. п.





Решение

Очевидно, что такие заголовки, как и многие другие экспрессивные элементы нельзя переводить буквально. Переводческим «ответом» на каламбур в исходном тексте в идеале должен стать значимый каламбур в тексте перевода. Если решения подобной проблемы найти не удастся (что бывает довольно часто), лучше изменить заглавие полностью, сделав его нейтральным, но зато понятным по смыслу и связанным с темой текста.

А. Ф. Архипов выделяет допереводной этап и этап собственно перевода заголовков.

1

Допереводный этап

включает в себя выявление актуального содержания заголовка в связи с содержанием текста, определение более конкретной функциональной его направленности, степени и характера его экспрессивности, роли заголовка в организации текста

2

Этап перевода

включает в себя возможно более полную передачу или частичную компенсацию выявленных особенностей заголовка с учетом закономерностей оформления заглавий аналогичных текстов в газетах и журналах, выходящих на русском языке. Заголовки подразделяются на классифицирующие, информирующие и интригующие.

СРС. Юридический перевод

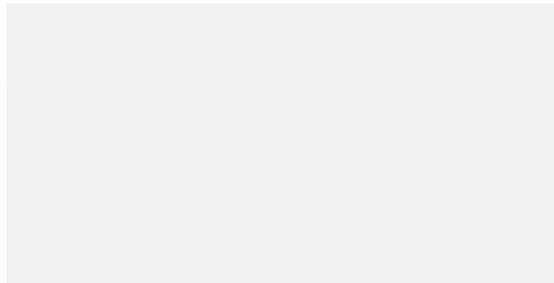
При переводе следует соблюдать один из важных принципов построения информационной заметки:



С начала **главное**



Потом **детали**





Спасибо за внимание