

Research Article

Positive Evaluation in the Translation of Online Promotional Discourse in the Cheese Industry

—BELÉN LABRADOR (0000-0002-3341-1661) AND NOELIA RAMÓN (0000-0003-3238-3352)

Abstract—Background: *The bulk of international trade leads to an increasing demand for specialized professional communication texts in multilingual contexts. Persuasive language is required in promotional discourse to sell products. When transactions are carried out with foreign countries, translation becomes essential for successful commercial exchange. Literature review:* Persuasion requires the use of positive evaluation to describe products. This article addresses the need to contrast the expression of positive evaluation in English and Spanish online promotional cheese descriptions. **Research questions:** 1. What are the linguistic resources used to express positive evaluation in English and Spanish in online promotional texts of the cheese industry? 2. What is the distribution across parts of speech and semantic categories and subcategories between these two languages? 3. How can semantic tags in bilingual comparable corpora provide useful information for translation practice? **Methodology:** Empirical data have been extracted from Online Cheese Descriptions (OCD), a semantically tagged English-Spanish corpus, and classified using the Appraisal Framework into the subcategories of appreciation, judgment, affect, and graduation. **Results and discussion:** Tests of statistical significance have revealed cross-linguistic differences, mainly in appreciation, thus leading to a qualitative analysis. The findings also include a large inventory of all evaluative items that express appreciation for cheeses in both languages and general guidelines for translators. **Conclusions:** This multilayer corpus-based analysis has yielded relevant data that can be used to enhance the second-language writing and translation processes required for marketing cheese in English and Spanish, thus supporting international professionals in their communication in multilingual contexts.

Index Terms—Cheese descriptions, English-Spanish translation, online promotional texts, positive evaluation, semantic tagging.

研究论文

线上促销话语翻译中的正面评价在奶酪行业的应用

—BELÉN LABRADOR (0000-0002-3341-1661) AND NOELIA RAMÓN (0000-0003-3238-3352)

摘要

背景：国际贸易的增长导致多语言环境中对专业化沟通文本的需求日益增加。线上促销话语中，推销产品需要使用具有说服力的语言。当交易涉及外国市场时，翻译便成为成功商业交流的关键。**文献综述：**说服力需要通过对产品的正面评价描述来实现。本文旨在强调对比英语和西班牙语线上促销奶酪描述中使用正面评价表达的需要。**研究问题：**1. 英语和西班牙语在奶酪行业的线上促销文本中使用哪些语言资源来表达正面评价？2. 这两种语言在词性及语义类别和子类别上的分布是怎样的？3. 双语可比语料库中的语义标签如何为翻译实践提供有用的信息？**方法：**本文从一个线上奶酪描述（OCD）语料库中提取了实证数据，并通过评价理论框架对数据进行分类，分为鉴赏、判断、影响和分层等子类别。**结果与讨论：**统计显著性检验揭示了跨语言差异，主要体现在鉴赏方面，从而展开了定性分析。研究结果还包括在这两种语言中表达对奶酪鉴赏的丰富评价词汇库，并为翻译人员提供了一般性指导。**结论：**这种基于多层次语料库的分析提供了相关数据，可用于提升英语和西班牙语奶酪营销所需的二语写作和翻译过程，从而支持国际专业人员在多语言环境中的沟通。

索引词：奶酪描述、英西翻译、线上促销文本、正面评价、语义标注。

—Translated by Liping Yang

Artículo de investigación

Evaluación positiva en la traducción del discurso promocional en línea en el sector del queso

—BELÉN LABRADOR (0000-0002-3341-1661) Y NOELIA RAMÓN (0000-0003-3238-3352)

Resumen—Contexto: El gran volumen del comercio internacional conduce a una creciente demanda de textos de comunicación profesional especializada en contextos multilingües. El discurso promocional requiere del uso de un lenguaje persuasivo para vender productos. Cuando se realizan transacciones con países extranjeros, la traducción se vuelve esencial para el éxito de los intercambios comerciales. **Revisión de la literatura:** La persuasión requiere del uso de la evaluación positiva para describir los productos. Este artículo estudia la necesidad de contrastar la expresión de la evaluación positiva en las descripciones promocionales en línea de queso en inglés y español. **Preguntas de investigación:** 1. ¿Qué recursos lingüísticos se utilizan para expresar una evaluación positiva en inglés y español en los textos promocionales en línea en el sector del queso? 2. ¿Cuál es la distribución entre las diferentes partes del discurso y las categorías y subcategorías semánticas en estos dos idiomas? 3. ¿De qué manera pueden las etiquetas semánticas en corpus comparables bilingües proporcionar información útil para la práctica de la traducción? **Metodología:** Los datos empíricos se han extraído de Online Cheese Descriptions, un corpus inglés-español etiquetado semánticamente y clasificado utilizando el marco de la teoría de la valoración en los subsistemas de apreciación, juicio, afecto y gradación. **Resultados y discusión:** Las pruebas de significación estadística han puesto de manifiesto diferencias interlingüísticas, principalmente en cuanto a la apreciación, lo que implica un análisis cualitativo. Entre las constataciones se encuentra también un amplio inventario de todos los elementos evaluativos que expresan aprecio por los quesos en ambos idiomas y pautas generales para los traductores. **Conclusiones:** Este análisis multicapa basado en corpus arroja datos relevantes que pueden utilizarse para mejorar los procesos de escritura en una segunda lengua y traducción requeridos para la promoción del queso en inglés y español, apoyando así a los profesionales internacionales en su comunicación en contextos multilingües.

Términos índices: descripciones de queso, traducción inglés-español, textos promocionales en línea, evaluación positiva, etiquetado semántico.

—Translated by Bruno Salgado Berzal