

实用文体 英汉翻译

主 编 杨山青
副主编 戴 年 江 华



国防工业出版社

National Defense Industry Press

馆

贵州省教育厅 2008 年度高校人文社会科学
专项项目研究成果(编号 08ZX071) ·

实用文体英汉翻译

主 编 杨山青
副主编 戴 年 江 华

国防工业出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书先从总体上介绍一些实用翻译的理论和常用技巧,在此基础上,针对当前几大热门的功能文体,如新闻翻译、旅游翻译、商贸翻译及翻译考试等方面进行具体的翻译理论及实践方法的介绍。

本书可作为高等院校翻译专业学生的教材,也可作为广大英语学习者参考学习之用。

图书在版编目(CIP)数据

实用文体英汉翻译/杨山青主编. —北京:国防工业出版社,2010.4

ISBN 978-7-118-06769-9

I. ①实... II. ①杨 III. ①英语—翻译 IV. ①
H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 052511 号

※

国防工业出版社出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号 邮政编码 100048)

天利华印刷装订有限公司印刷

新华书店经售

*

开本 880×1230 1/32 印张 11 $\frac{3}{8}$ 字数 345 千字

2010 年 4 月第 1 版第 1 次印刷 印数 1—4000 册 定价 26.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

国防书店:(010)68428422

发行邮购:(010)68414474

发行传真:(010)68411535

发行业务:(010)68472764

序

改革开放以来,随着对外交往的增加,翻译的重要性与日凸显。因之,我国的翻译研究与翻译实践得到越来越多人士的关注和参与,成绩也有目共睹。值得一提的是,在相关成绩中,实用文体的研究与实践虽不便说是“异军突起”,至少可以说其表现同样不俗,不仅有一定数量的专著与论文面世,专门的教材也不时有见,笔者近来即先后获赠相关图书二册:一为广东外语外贸大学刘季春教授的《实用翻译教程》(中山大学出版社),一是浙江师范大学李建军老师的《英汉应用文互译》(上海交通大学出版社)。让人幸福的是,牛年伊始,自己又收到贵阳学院杨山青老师传与的《实用文体英汉翻译》。山青本家传给自己的尚是电子文档,他在邮件中以“兄长”的身份“威胁”道:欲得该书稿之印刷本,得“拨冗”为其作序。由于自己在学术上都还是个小“小萝卜头”,实在没有资格为他的杰作做什么所谓的序言,不过,粗粗一阅,觉这本书稿确实“玉器已成形”,而且其中好多内容都令自己欲罢而不能,于是“就范”,壮着胆子就自己阅读书稿时所见所想谈谈一孔之见,但愿不会“絮”着作者和读者。

眼前这册《实用文体英汉翻译》虽然还是电子文档形式,但还是感觉到了它的“沉”,点了一下“字数统计”,足有三十多万字,直给人以“厚重”之感。再点击有关篇章设置及编写方法,发现它们皆比较“传统”。在我们看来,“传统”未必不好,相反,越是传统的东西也许越值得保留,说不准某些传统的东西还会历久而弥新。分章阅读书稿时,我们更有幸品尝到难得而丰富的知识菜品:旅游英语翻译、新闻英语翻译、商务英语翻译、广告英语翻译,不一而足,可以说囊括了实用文体翻译的大半江山。值得一提的是,在这些实用文体翻译之先,编者还特地安排了一个入门章节——“实用翻译及常用技巧”。

由于工作需要和兴趣所在,我平日对翻译研究与翻译实践皆比较关注。有一件事情一直让自己有些难以“释怀”,那就是我国的翻译研究与翻译实践二者之间一直有些“隔”,表现之一是好些研究成果不能及时转化至具体的翻译工作之中。反思起来,这与好些翻译类教材不能及时跟进和介绍某些研究

成果恐怕不无关系。可喜的是,这一情况近年来已渐有改观,手头这册《实用文体英汉翻译》中即不乏作者本人和其他学人的诸多相关(最新)研究成果,其它不计,看看有关“桂林山水甲天下”在全世界征求译文的有关报道以及“发展是硬道理”等口号英译的讨论便可见出。

钱钟书先生曾经指出翻译具有“媒”或“诱”的功能,某些翻译作品可以“撩拨”起读者的兴趣。说实在的,我们真希望翻译类教材也能具有此等作用,让人读后不仅不愿“释卷”还愿就其中某些问题继续思考和探究。比如,本教程中有一例汉英翻译,原文为“酒后勿驾驶”,译文为“If you drink, you can't drive.”对此译文,编者评论道:“用押头韵的 drink 和 drive 一气呵成,铿锵的音响效果,给人以深刻的印象。”很显然,以上翻译与点评不无道理,不过,我们又不认为原文和译文俱为“上品”。为什么呢?如果读者朋友平日多留一个“心眼耳”(一心一眼一耳),也许早已发现:要劝戒司机不要酒后驾驶,除了常见“请勿酒后驾驶”和“严禁酒后驾驶”之类,偶尔还可见到一些更为鲜活也更具人性关怀的文字,如“司机饮酒要不得,先醉人后坠车”和“司机一滴酒,亲人两行泪”等。中文如此,英语亦然,在表达“严禁酒后驾驶”之意时,英文中除了可以有“冷冻体”的 ~~No driving after drinking~~, 当还可以说: Don't drive when you drink, ~~don't drink when you drive.~~ / If you drink, don't drive; if you drive, don't ~~drink.~~ ~~不如此~~ 如果从功能角度考虑,前句汉语还完全可以“译”成以下比较另类却也更有趣味的句子: Alcohol and gasoline don't mix. (酒精与汽油不宜混合) / Somebody drinks. Somebody drives. Somebody dies. (饮酒——驾驶——死亡) / The driver will be safer when the road is dry; The road will be safer when the driver is dry. (道路干,司机安;司机“干”,道路险)。

前文中说过本教程“玉器已成形”,这句话故意没有说完,现在得补出后半句,即“精雕方为珍”。《实用文体英汉翻译》已然不错,不过有少些地方似乎也还值得继续推敲和打磨。举个例子来讲,书中先后使用了“神译”和“创译”等术语。就我们所知,后者系李之藻率先使用,前者也许是“传神的译文”或“神似的译文”之缩略,是否如是,作者没有交代。我们觉得,如果还能对有关术语详作界定并辅以较多的实例,读者对它们也许才会认同,印象也才会更深刻一些。

英文中的 textbook 一词具有“范本”之意,希望这册《实用文体英汉翻译》也能成为同学们喜欢的“范本”之一。

杨全红

前 言

改革开放以来,随着我国对外交往的日益扩大、深入,翻译在文教、商贸、旅游等各行各业占据着越来越重要的地位,社会对专门翻译人才的需求与日俱增,这推动了翻译教学人员和翻译工作者对各类实用英汉翻译的积极实践和探讨。因此,为了反映我国实用翻译研究的现状和成果,开展对有关问题的总结和探讨是很有必要的。这有利于提高人们对其认识的深化,提高翻译实践能力。同时,全国性的 CET 英语等级考试及各类专业翻译资格考试都反映出翻译能力和翻译人才的培养已成为个人、社会的迫切需要。所以,写作一部适应教学和社会需要的翻译书籍就是应有之义。因此,我们在吸收近期翻译领域的研究成果的基础上,根据多年的翻译理论研究和教学实践经验,吸收和总结了许多新的翻译素材,精心编撰成此书。

本书力求兼顾学术性和应用性,先从总体上介绍一些实用翻译的理论和常用技巧,在此基础上,针对当前几大热门的功能文体,如新闻翻译、旅游翻译、商贸翻译及翻译考试等方面进行具体的翻译理论及实践方法的介绍。其中,本着“结合实践”的原则,在一些章节之后,本书配有与之相关的翻译范例,使读者能够对所探讨的翻译问题有感性的认识和体会。

当今的翻译研究,早已突破就语言谈翻译的藩篱,许多翻译问题的探讨应与“超语言现象”,即各种背景专业知识联系起来才更恰当,也更有效。因此,本书将所探讨到的几类实用文体的翻译与相关专业知识的介绍结合了起来。这种看似“离题”的做法正是出于这样的考虑。

本书的编写与出版先后得到多位好友与同事的襄助。四川外语学院外国语文研究中心翻译研究所杨全红教授欣然为本书作序斧正,为之增色良多。贵州师范大学外国语学院副院长郑志进教授认真审读了全书书稿并提出了可贵的修改意见。贵阳学院外语系原主任李竹青教授对本书的构思与实际编写给予了帮助和关心。贵州师范大学外国语学院朱必俊副教授和赣南师范学院文学与新闻传播学院龙鸿祥讲师分别对第 4 章和第 3 章书稿提出宝贵意见。复旦大学外文学院翻译学博士生杨万斌副教授提供了他翻译

的译文作为本书的部分翻译范例。最后但并非最不重要者,本书系贵州省教育厅 2008 年度高校人文社会科学专项项目研究成果(编号 08ZX071)。在此,谨向有关单位和个人致以最诚挚的谢意。

本书具体分工为:杨山青负责第 1 章至第 3 章,计 11 万 2 千字;江华负责第 4 章,计 14 万 3 千字;戴年负责第 5 章至第 6 章,计 8 万 9 千字。全书总计 34 万字之多。全书的统稿工作由杨山青完成。

本书在编写过程中参考和引用了大量文献,对此,我们在参考文献中皆一一注明,在此特予致谢。

尽管本书的编撰者认真以对,仍感书中会有不当和疏漏之处,且实用翻译的许多问题无疑也需要在实践中不断充实、完善,所以愿有关专家和本书广大的读者能够批评指正,提出宝贵的意见,以期本书今后可能的改进。

编 者

目 录

第 1 章 实用翻译及常用技巧	1
1.1 实用翻译概述	1
1.2 译者三条件和实用翻译	1
1.3 翻译的有关问题	3
1.3.1 词汇问题	3
1.3.2 语法问题	4
1.3.3 中文表达	4
1.4 翻译的标准	5
1.5 翻译的两大方法	7
1.5.1 直译	7
1.5.2 意译	8
1.6 派生方法	8
1.6.1 神译	8
1.6.2 译注、改造或移花接木	9
1.7 常用翻译技巧	9
1.7.1 属于转换性质的翻译方法	10
1.7.2 属于补偿性质的翻译方法	13
第 2 章 旅游英语翻译	21
2.1 旅游翻译概述	21
2.2 旅游翻译的语言要求	23
2.2.1 正确而清晰	24
2.2.2 简明易懂	24
2.2.3 生动而形象	25

2.2.4	幽默而端庄	26
2.3	旅游英语翻译涉及的问题	26
2.3.1	关于景点名的翻译	26
2.3.2	树立文化意识	28
2.3.3	了解语域,感受语意	30
2.3.4	适当变通	31
2.3.5	注意文化对应词问题	33
2.4	中文旅游标语和揭示语的英译	34
2.4.1	标语英译的通病分析	34
2.4.2	标语英译的语句特点	37
2.4.3	标语英译的可接受性	39
2.4.4	标语英译的现场效果	41
2.4.5	旅游揭示语的英译	44
2.5	旅游英译的佳译范例	46
2.6	民族风情旅游翻译	48
2.6.1	旅游景点介绍翻译	48
2.6.2	城市旅游景点介绍翻译	50
2.6.3	民族节日习俗介绍翻译	52
2.7	旅游翻译常用技巧和译文的整体处理	55
2.7.1	使用动态动词	55
2.7.2	使用动词比喻性用法	56
2.7.3	使用激发情感的词语	56
2.7.4	变化词语和表达方式	56
2.7.5	翻译简洁达意	57
2.7.6	主次分明	57
2.7.7	忌逐字对译	58
2.7.8	忌文字重复	58
2.7.9	忌滥缺主语	59
2.7.10	忌“主动影响”	59

第 3 章 英语新闻翻译	66
3.1 英语新闻体裁与结构	66
3.1.1 新闻定义	66
3.1.2 新闻价值	67
3.1.3 新闻种类	69
3.1.4 新闻体裁	70
3.1.5 新闻文体的范畴	72
3.2 标题的特点	72
3.2.1 省略	73
3.2.2 压缩	74
3.2.3 代替	74
3.2.4 时态	75
3.2.5 语态	76
3.2.6 简短小词	77
3.2.7 缩写词	78
3.2.8 节缩词	79
3.3 标题的欣赏及汉译	79
3.3.1 直译或基本直译	80
3.3.2 形象删除与保留	80
3.3.3 添加注释性词语	81
3.3.4 再现原文修辞特点	82
3.3.5 灵活处理修辞差异	83
3.3.6 标题中词的词性转换	84
3.4 新闻词汇和句法篇章特色	84
3.4.1 英语报刊文体常见用词倾向	84
3.4.2 汉语新词新义的英译	87
3.4.3 英语新词新义的翻译	88
3.4.4 众词表达“说”意	89
3.4.5 人、物名称的借用	90

3.4.6	新闻出处措辞多样	91
3.4.7	酌情掺用外来词语	93
3.4.8	复合法构词法和复合定语	94
3.4.9	类比构词法	95
3.4.10	新闻英语的句法特点	95
3.4.11	新闻英语的篇章特点	97
3.5	新闻翻译述要	98
3.5.1	新闻语言的主要特点	98
3.5.2	新闻英语翻译的主要原则	101
3.5.3	新闻翻译的标准	102
3.5.4	新闻翻译的要点	103
3.6	著名英语报刊简介	107
3.6.1	主要美国报刊简介	107
3.6.2	主要英国报刊简介	110
第4章	商务英语翻译	114
4.1	商务信函的翻译	114
4.1.1	商务信函的格式	114
4.1.2	商务信函的内容	118
4.1.3	商务信函的7C原则	120
4.1.4	商务信函的文体特点	122
4.1.5	词的翻译	129
4.1.6	句子的翻译	133
4.1.7	语篇的翻译	136
4.1.8	商务信函的摘译	139
4.2	对“盘”的翻译	147
4.2.1	询盘、发盘、还盘及接受的理解	147
4.2.2	询盘、发盘、还盘及接受的语言特点及翻译	148
4.2.3	对询盘、发盘、还盘及接受的翻译要求	164
4.3	缩写的理解及其翻译	165

4.3.1	理解缩写	165
4.3.2	缩略语的翻译	171
4.3.3	翻译缩略语时应注意的问题	173
4.4	涉外合同的翻译	175
4.4.1	涉外合同的特征与分类	175
4.4.2	合同的结构与文体特点	177
4.4.3	合同翻译的原则与要求	184
4.4.4	常见条款的理解与翻译	185
4.4.5	单词翻译的处理	195
4.4.6	古体词的翻译	200
4.4.7	审核合同翻译的重点	204
4.5	信用证条款翻译	206
4.5.1	信用证的特点及分类	206
4.5.2	信用证的语言特色	208
4.5.3	构成信用证的内容	213
4.5.4	信用证各款项内容	217
4.5.5	信用证翻译原则	219
4.5.6	信用证的选择	221
4.5.7	信用证的审核	226
4.5.8	信用证常见条款翻译	232
4.6	商品说明书与名片的翻译	243
4.6.1	说明书的翻译	243
4.6.2	名片的翻译	251
第5章	广告英语翻译	259
5.1	英、汉广告的文体特点	260
5.1.1	英语广告的特点	260
5.1.2	汉语广告的特点	264
5.2	英、汉广告的翻译原则、策略与方法	265
5.2.1	广告翻译的原则	266

5.2.2	广告翻译的策略	267
5.2.3	翻译原则和策略在英语广告中的运用	269
5.2.4	翻译原则和策略在汉语广告中的运用	273
5.3	广告翻译中的“本土化”改造	276
5.3.1	“本土化”的必要性	276
5.3.2	汉语广告翻译中的三种常见问题	278
5.3.3	“本土化”策略的应用	279
5.4	汉语广告翻译中的功能转换和篇章调整	284
5.4.1	辨明“虚实”,突出“信息”功能	285
5.4.2	避免“八股”,注意“内外有别”	287
5.4.3	分清主从,理顺逻辑语义关系	288
5.4.4	注意篇章整合,照应上下文义	289
5.5	英语广告翻译探美	291
5.5.1	音韵美	291
5.5.2	形象美	292
5.5.3	简约美	294
5.5.4	创造美	294
5.6	英语广告中双关语的运用技巧及翻译	296
5.6.1	双关语在广告中的运用	296
5.6.2	广告双关语的翻译	299
5.7	品牌、商号的汉译	302
5.7.1	品牌的翻译	302
5.7.2	商号的翻译	308
第6章	各类英语考试、考级和考证所涉及的翻译	314
6.1	如何准备笔译考试	314
6.1.1	熟悉题型	314
6.1.2	备考策略	315
6.2	翻译过程	320
6.2.1	理解	320

6.2.2	表达	322
6.2.3	校核	323
6.3	汉译英常见问题及应对策略	323
6.3.1	缺乏整体把握,思路不清,连贯性差	323
6.3.2	结构松散,层次不清,语感生硬	325
6.3.3	语气平淡,气势不足,形近神远	326
6.3.4	望文生义,谬误费解	327
6.3.5	做好汉译英的几个关键	328
6.4	英语长句的翻译策略	332
6.4.1	顺译法	332
6.4.2	重组法	333
6.4.3	标点符号的使用	333
6.4.4	四字格的应用	334
6.5	剖析翻译中的“望文生义”	335
6.5.1	语法结构理解不当	336
6.5.2	词义理解不当	336
6.5.3	缺乏专业知识	337
6.5.4	缺乏背景知识	338
6.5.5	习惯势力影响	339
6.5.6	疏忽大意	340
参考文献		344

第1章 实用翻译及常用技巧

1.1 实用翻译概述

翻译是用一种语言忠实地再现用另一种语言所说的话或所书写的内容。它是一种涉及两种语言的艺术,也是一种科学。翻译是通过语言媒介表达另一种语言的内容。

我们对之进行翻译的语言叫做原文语言(the source language),而我们用以表达译文的语言叫做译文语言(the target language)。翻译的过程即是一个将原文语言所包含的内容转换到译文语言中的过程。

本书将探讨的实用翻译,也称应用翻译(pragmatic translation),是一种以传递信息为主、又注重信息传递效果的实用型翻译,实用性强,应用面广,其体裁范围几乎涵盖当今政治、经济、社会、文化生活的各个领域,大多具有现实的甚至功利的目的。实用翻译所涉及的翻译对象是与社会经济、技术、文化发展和社会生活紧密相关的各类实用文本,如旅游指南、商务合同、信函、营销计划、科研报告、评估报告、审计报告、商业计划书、产品说明、广告、设备安装手册、调试手册、使用说明书、标书文件、行业标准、技术标准、质量手册、培训手册、法律条文、司法仲裁文件、电子商务类、求职求学所需文件,等等。从文体特征看,信息性、诱导性和匿名性是这类文本的主要特点。

1.2 译者三条件和实用翻译

译者要做好翻译,必须达到三个条件:

1) 对英文的良好掌握

进行英译汉时,首先要求对原文语言英语有良好的掌握,这是指要对英语的语法(含句法和词汇)、习惯表达、新词和某些专业词汇要熟练地掌握。因为翻译的过程就是一个理解——表达的过程,翻译的第一步是理解原文,

只有具有深厚的英语功底,才能对原文理解得准确和深透,也才能做到表达准确流畅。如英语水平不够,往往会理解有偏差,造成望文生义,词不达义,谬误百出。可见,对英语的良好掌握是做好翻译的前提和基础,获得扎实深厚的英语功底是从事翻译的首要要求之一。

在进行实用英汉翻译时,译者要翻译的大多是涉及某专业领域或行业的材料,包含相关的专业知识和专业表达,如专业词汇和固有的英语表达方式等。专业词汇丰富是英语的一大特点,而这些英语专业词汇和英语一般词汇是不同的,不可以凭译者自己的理解、随使用一般词汇来拼凑和代替,除了平时注意积累、勤查字典外,别无他法。另外,一些看似简单的一般英语单词,用于专业中则会表示专业的含义,如:cock 一词在机电专业中就表示“活塞”或“吊车”;bus 一词在计算机专业中就表示“总线”。如果对这些单词掉以轻心,按照其一般词义来了解,就会造成笑话。同样,一些动词用于专业材料中时,也要注意其词义,如:The gears engages with the machine-tool. 这句话就曾被翻译为“齿轮和机床订婚了”,贻笑大方,因为除了在现代卡通故事中外,这样的句子是不合情理的,也是不符合专业表达需要的。这句话的正确翻译应为:“齿轮和机床的规格很吻合”。

2) 对中文的熟练运用

在对原文准确理解的基础上,第二步就是对原文进行准确流畅的表达,这就要求译者具有扎实深厚的中文功底。中文好的译者,能做到译文准确流畅,富有文采;而中文欠佳的译者,其译文常常会词不达义,生硬难懂。译者只有掌握了牢固的中文知识,具备了高超的中文能力,再加上深厚的英语功底,才能在翻译中得当自如,才能译出形神兼备的译文。

在实用英汉翻译中,对所涉及的翻译对象的译文大致要求应是准确通顺,并能根据不同的翻译对象,进行不同的文体表达(如广告词与法律条文的文体差异可谓天壤之别),这就对译者的中文水平和中国文化底蕴提出极高的要求。

3) 对英美文化、中华文化乃至整个世界文化的透彻理解

翻译与文化关系十分紧密。在翻译的理解和表达过程中,离不开对背景文化知识的掌握。翻译所涉及的背景文化知识十分广泛,译者应掌握好两种语言,同时又“面对两大片文化”(王佐良语)。要掌握好与英语和汉语融为一体的英美文化、中华文化自不待言,译者还应对整个世界文化有尽可能透彻的理解。提出这一点,是从这样几点来考虑的:(1)英美文化和中华文化本身

是世界文化的一部分。(2)英美文化和中华文化之中包含世界文化。(3)对英美文化和中华文化之外的世界其他民族的文化也应了解。因为,在全球化的浪潮下,文化的融合交汇是大势所趋,那么,译者在翻译中就不仅涉及英语国家和中国的文化,还涉及世界其他民族的文化。尤其是文学翻译,除对一般的文化背景知识的了解外,更要从文学主题、情节、西方人的心理感情特征、西方社会生活细节等方面去揣测词义,决定取舍。翻译要求译者掌握有关的背景文化知识,涉及甚广,包括英语国家、中国乃至世界的政治、经济、文化、科技、风俗、时尚和日常生活等,只有在了解广义文化的基础上,才能弄准一个词一句话在特定上下文中的意义,进行准确表达。

在实用英汉翻译中,译者要翻译的大多是涉及某专业领域或行业的材料,其中包含相关的专业知识。不用说,具备足够的相关专业知识是必不可少的。在从事这样的翻译时,译者即使有高深的英语水平,如不具备相关专业知识,也是无能为力的。一个可行的解决办法是,译者应尽量扩大自己的知识面,具备对尽可能多的专业的基本了解,然后深入钻研一个或几个专业的翻译,争取成为这些方面的翻译行家。

1.3 翻译的有关问题

1.3.1 词汇问题

在翻译中,一个词的意义往往要依据上下文来判断,而不应照搬字典上的定义。要正确判断一个词的词义,一定要从上下文仔细揣摩。因为,每个词用在不同的句子中就有不同的含义。对一个词进行准确的词义判断,是翻译的第一步,也是不可忽略的一步,这其实就是翻译的一个基本技巧——措辞或词义选择(diction)。请看下列句子。

① Put your room **straight**.

把你的房间整理好。

② This failure was the **making** of him.

这次失败造就了他。

③ He has a friendly **attitude** toward all.

他对所有人都友好。

④ There is no sign of any change in **the attitudes** of the two sides.