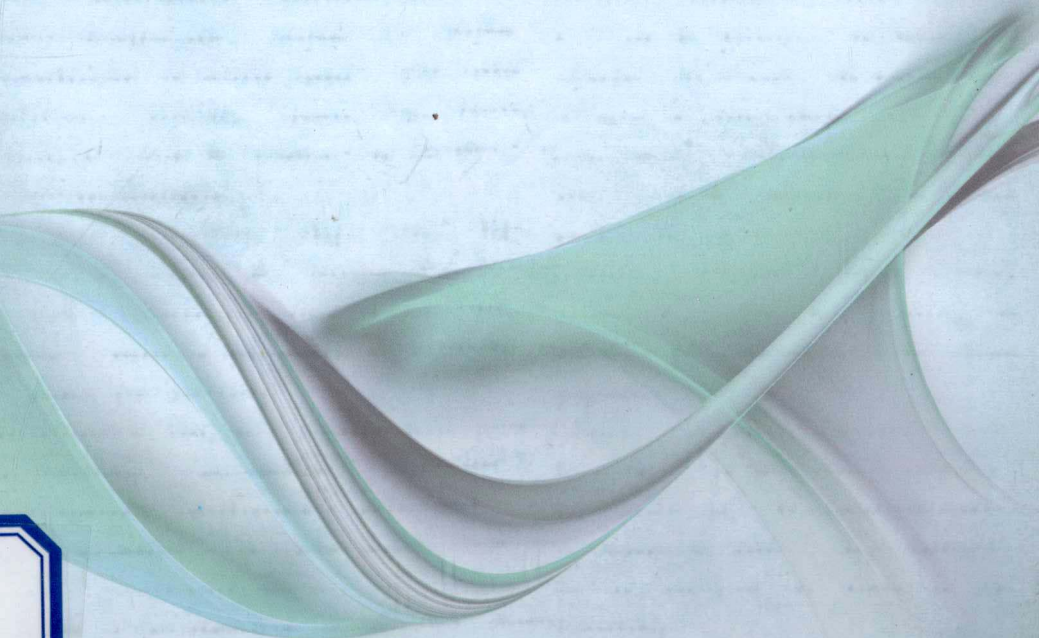




武 锐◎著

日汉应用翻译研究



 南京大学出版社

本书是2010年中央高校基本科研业务费项目
(项目编号: KYT201006) 的专题成果之一

武 锐◎著

日汉应用翻译研究



 南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

日汉应用翻译研究 / 武锐著. — 南京 : 南京大学出版社, 2012. 12

ISBN 978 - 7 - 305 - 10863 - 1

I. ①日… II. ①武… III. ①日语—应用文—翻译
IV. ①H365.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 289722 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出 版 人 左 健
书 名 日汉应用翻译研究
著 者 武 锐
责任编辑 董 瑜 董 颖 编辑热线 025 - 83592655
照 排 南京南琳图文制作有限公司
印 刷 南京新洲印刷有限公司
开 本 880×1230 1/32 印张 10.125 字数 282 千
版 次 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 978 - 7 - 305 - 10863 - 1
定 价 32.00 元
发行热线 025 - 83594756 83686452
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

前 言

改革开放以来,随着我国社会主义现代化建设迅速发展和对外交流的日益频繁,我国应用翻译市场急剧扩大,应用文本翻译发展迅速,已成为翻译实践的主流。目前我国日语人才总数量居“小语种”之首,但高素质日语翻译人才奇缺。究其原因,是不仅缺少翻译理论的指导,而且缺乏日汉翻译的具体应用。鉴于此,笔者萌生了写一本《日汉应用翻译研究》的想法。应用翻译需要遵循符合不同文体特点、准确体现其目的和要求的翻译标准,翻译有方,译无定法。在应用文本翻译实践中,译文的质量受到多种因素的制约,如:翻译的目的、原文的内容和文体、译文受众的知识背景、双方文化差距等。翻译的标准是多元的,应用翻译也不例外,因此笔者避开只用一种理论统领全书的方法,认为译者需要根据文体的类型、特点和需要,作相应的调整 and 变化,结合翻译的目的、原文的内容和文体、受众的知识背景、文化差距等,对翻译策略、方法、技巧做出明智的翻译抉择。

全书分为 14 章,有理论、有实践、有形而上的思考,对日汉应用翻译的现状、基本翻译理念、各种应用文本的特点,以及各种文本具体的翻译标准、原则和技巧进行了系统地研究、归纳和升华。前三章对应用翻译、归化与异化、翻译与编译进行了梳理、分析和综述,后 11 章涉及新闻、影视作品、说明书、企业简介、科技、商务信函、演讲稿、法律法规、合同、旅游、广告等 11 种应用文本的翻译。应用翻译特点是文本类型多样,文体跨度大。不同类型的文本有不同的语言、句法和篇章特点,因此要采用不同的翻译策略、不同的翻译方法和技巧。无论是奈达的“动态对等翻译”或“功能对等翻译”还是纽马克的“交际翻译”实质上都是一种等效翻译,应用翻译的语域、文体、语用

特点,都受文本类型、文类规范制约。笔者认为,应用翻译的目的是采取科学的方法,尽可能地消除差异,求大同存小异,以读者为中心,减少阅读和理解障碍,促进交流。

本书所涉及的内容全面,且配有较为生动、丰富的翻译例子,每一种文本类型都提供了可借鉴的翻译方法和策略,既有利于读者活用翻译理论知识解决应用翻译实践中的具体问题,又便于积累语料,掌握翻译技巧和提高翻译技能。本书内容编排不分先后、难易,任何一章均可独立成篇,读者尽可根据自己的喜好决定阅读顺序。

本书可作为翻译研究、翻译教学和翻译人员的参考用书,也可作为日语专业高年级本科生、研究生教材。

翻译没有最好,只有更好。翻译是一个总会留有遗憾、无法尽善尽美的工作,希望广大读者在本书译文的基础上译得更好。

武锐

2012年11月8日

目 录

第一章 应用翻译概述	1
一、应用翻译研究现状	1
二、应用翻译的概念	3
三、应用文本翻译特征	4
四、应用文本的翻译理念	5
五、应用文本翻译的方式和技巧	8
六、应用翻译必要的知识	12
第二章 归化与异化	16
一、归化与异化概念	16
二、归化、异化之优劣	19
三、归化、异化之争论	23
四、归化、异化在我国的应用	25
五、归化与异化的对立统一	28
六、翻译文本标准的选择	32
第三章 编译	35
一、编译的定义	35
二、编译的优点与缺点	37
三、编译在新闻、广告、旅游文本翻译上的应用	38
四、编译的研究状况	43
五、编译的原则	45
第四章 新闻的翻译	49
一、新闻概述	49
二、新闻的特点	50

三、新闻翻译的标准	56
四、新闻翻译的要点	58
五、译例分析	66
六、翻译对照	70
第五章 影视作品的翻译	73
一、影视作品的特点	74
二、影视作品翻译的工作内容	76
三、影视作品的翻译特点	78
四、影视作品的翻译原则	84
五、影视作品的翻译方法	86
六、对白的翻译	89
七、翻译对照	91
第六章 说明书的翻译	99
一、产品说明书的特点	99
二、产品说明书的翻译标准	101
三、产品说明书的翻译技巧	104
四、重视说明书的翻译	110
五、译例分析	113
第七章 企业简介的翻译	118
一、企业简介的定义与功能	118
二、企业简介的特点	120
三、企业简介的翻译原则	123
四、企业简介的翻译技巧	125
五、企业简介译者应当具备的基本素质	133
六、译例分析	135
第八章 科技翻译	148
一、科技日语的特点	148
二、科技日语的翻译标准	154
三、科技日语的翻译技巧	155

四、译例分析	166
五、翻译对照	170
第九章 商务信函的翻译	173
一、日语商务信函的特点	173
二、日语商务信函的翻译原则	179
三、商务日语函件翻译技巧	180
四、翻译对照	188
第十章 演讲稿的翻译	201
一、演讲稿概述	201
二、演讲稿翻译要点	202
三、演讲稿词汇的翻译	203
四、演讲稿句子的翻译	206
五、演讲稿敬语的翻译	209
六、译例分析	210
七、翻译对照	216
第十一章 法律法规的翻译	223
一、法律语言特点	223
二、法律翻译工作者的素质	227
三、法律法规翻译的基本原则	228
四、法律法规翻译的理念	230
五、法律法规翻译的技巧	232
六、翻译对照	238
第十二章 合同的翻译	242
一、语域理论简介	242
二、日语合同的语域特点	243
三、合同翻译的步骤	247
四、合同用语的翻译	247
五、合同文本的翻译	251
六、译例分析	258

第十三章 旅游翻译	270
一、旅游翻译的定义与分类	270
二、旅游文本翻译的特点	271
三、旅游翻译的标准	275
四、旅游文本翻译技巧	278
五、译例分析	285
第十四章 广告翻译	292
一、广告概说	292
二、日语广告的词汇特点及翻译	293
三、日语广告的句式特点及翻译	299
四、日语广告的语篇特征及翻译	301
五、广告翻译标准和技巧	304
六、译例分析	308

第一章

应用翻译概述

一、应用翻译研究现状

近年来,应用文本翻译发展迅速,已成为翻译实践的主流,科技翻译、经贸与法律翻译占的比重越来越大。各类翻译公司不断涌现,翻译服务已成为文化经济中仅次于教育行业的又一新兴产业。据统计,目前全国各类专业翻译注册企业有三千多家,以咨询公司、打印社等名义注册而实际承揽翻译业务的公司更有数万家之多。仅在北京,专业翻译注册公司就有一百多家。此外,翻译服务市场年产值迅速攀升,2003年为110亿元,2005年为200亿元,2007年则达到300亿元。而我国占领的份额并不多,大部分额度被外国同行获取。

应用翻译的发展态势受到了翻译界的关注。如今全国性的学术专题研讨会已成功举办了四届,从会议的议题可以看出,无论是在深度还是广度,每届都有所提高、进步和升华。

第一届专题研讨会2003年9月在上海举办,主题是“应用文体翻译及应用文体翻译理论研究”。论题涉及应用翻译的理论和原则、范畴和体系,应用翻译的策略和方法、教学和教材,以及许多具体的译法,涵盖了翻译教学、政论、广告、商标、科技、新闻、商贸、旅游、法律、警务、军事、外事、财经、针灸、WTO文书、商务谈判、辞典翻译、机器翻译以及翻译市场等各个领域^[1]。

第二届专题研讨会2006年在广州举办,以“迎奥运、盼世博、全方位、多视角开展应用翻译研究”为主题,议题涉及“应用翻译理论研究,应用翻译实践研究(涉及科技、医学、法律、商贸、金融、新闻、旅游

及社科等领域),应用人才培养,应用翻译与奥运、与世博、与WTO”等。

第三届全国应用翻译研讨会 2009 年 10 月在北京召开,以“中国文化软实力与应用翻译研究”为主题,议题涉及中国文化软实力提升与应用翻译理论/实践研究,应用翻译的理论体系与范畴,全球化与应用翻译理论创新,应用翻译教学与研究,应用翻译 ESP 实践(科技翻译、医学翻译、法律翻译、商贸翻译、金融翻译、新闻翻译、旅游翻译、社科翻译、会展翻译、广告翻译、公关翻译、影视翻译、艺术经纪翻译、戏剧翻译等),应用翻译语料库建设、应用翻译与现代技术等。

第四届全国应用翻译研讨会 2011 年 4 月在上海举办,主题是“应用翻译教育教学研究和学科建设”,议题涉及应用翻译及其各分支的学科体系及基本范畴,商务翻译、科技翻译、新闻翻译、法律翻译、时政翻译、旅游翻译、公示语翻译等课程的设置与教学,翻译专业本科教学及翻译专业硕士(MTI)教学,各类应用翻译教材的探讨和应用翻译人才的培养等。

随着对外经济交流的发展和深入,商务翻译、法律翻译、旅游翻译需求迅速增加,一时间应用翻译成了香饽饽。各高校的商务、经贸、法律以及旅游外语专业火暴起来。上海外国语大学、暨南大学、广东外语外贸大学、温州大学等 15 所院校率先成立了专业翻译硕士点,2008 年增加了 25 所,2010 年又增加了 118 所,目前已有 118 所院校设立了专业翻译硕士点,专门培养应用型的翻译人才。

改革开放以来,我国培养了许多留学回国的优秀日语人才,2001 年的一项统计数据 displays,我国日语专业各种学历的毕业生为 3 480 人,在校生为 26 134 人,总数量居“小语种”之首。但是目前我国日语人才的状况依然不容乐观。日语翻译家林国本曾对目前我国日语翻译人才状况做过分析,目前全国国家级日语翻译不足 30 人,各省平均 1 到 2 人。远远不能满足我国日语翻译事业发展的需求。根据我国各行业领域基本需求来计算,目前应当拥有的国家级日语翻译总数应为 200 至 300 人。目前国家事业单位、大型国有企业中的日

语人才流失比较严重,而外企中的人才状况则略好一些^[2]。随着我国越来越多的高校、培训机构开设日语专业,日语人才在数量和质量上都得到了很大的提高,但是高素质的日语翻译人才仍然无法满足国家的需要。

二、应用翻译的概念

应用翻译市场急剧扩大,翻译量与日俱增,应用翻译一词也被频繁使用。那么什么叫应用翻译?国外普遍认为应用翻译是指通过某种翻译方式,即语用翻译法(译者通过语用分析的方法),把原文的文化内涵,用符合译文语用习惯的文字表达出来。目前国内学者对应用翻译一词的定义众说纷纭。

方梦之认为,应用翻译的范围包括文学和纯理论文本之外的所有文本的翻译,应用翻译涉及人们日常接触和实际应用的各类文字,包括政府文件、告示、科技论文、新闻报道、法律文书、商贸信函、产品说明书、使用手册、广告、技术文本、科普读物、旅游指南等各类文本^[1]。贾文波认为,应用翻译是一种以传递信息为主要目的、又注重信息传递效果的实用型翻译,它的最大特点是实用性强,应用面广,其范围几乎涵盖当今政治、经济、社会、文化生活的各个领域^[3]。陈小慰认为,应用翻译涵盖了人们日常接触和实际应用的各类文字,涉及对外宣传和对外交往的方方面面,包括政论文章、法律文件、科技资料、商务信函、合同协议、新闻报道、公司简介、商标广告、产品简介、产品说明、个人简历、名片、画册文字、论文摘要、菜肴名称、公共标牌、旅游宣传资料等^{[4]前言2}。

从前面的各院校开设的应用翻译课程的内容和应用翻译研讨会的具体议题,可以看出应用翻译的大致轮廓。虽然至今没有一个统一的清晰界定,但基本可认为应用翻译是一种实用性文本的翻译,又称实用文本翻译或实务文本翻译。以传达信息为目的,在传递信息的同时要考虑信息的传递效果。

三、应用文本翻译特征

应用翻译所涉及的文本类型很多,其语域、文体、语用特点受到文本类型、文类规范及规范的制约,应用翻译既有与其他语篇翻译的共性,也有不同于其他翻译的个性,即文本信息性、文本时效性、文本目的性、文本专业性、文本匿名性^[5]、文本程式性。

文本的信息性:指给读者传达有价值的、实用的信息,如科技知识、新闻资讯、产品说明、旅游景点介绍等等。根据翻译发起人或客户的需要,以及译文读者的接受喜好,应用翻译可以采取编译、摘译以及改编等“变译”手段对原文信息进行调整或补偿,使译文的信息性合理、合适。

文本时效性:是指信息的新旧程度、行情最新动态和进展。信息只有在规定的时间内才有效,比如新闻翻译,新闻贵在“新”,首先指时间之新,报道时效之新。时效是决定新闻报道价值大小的重要因素。如果为了追求信息完整而耽误了商机,翻译不仅无用,而且坏事;如果信息不充分,即使按时完成翻译,也解决不了问题。只有在信息量和时限上都充分满足读者的要求时翻译才是有效的。只要译文提供的信息足够帮助解决问题,在此基础上提交译文的时间越早越好,便于争取时间赢得更多商机^[6]。在科技、商务等信息爆炸的时代,海量信息鱼龙混杂,为了保证其时效性,有些翻译公司要求译者对相关信息进行有选择的翻译,只摘译译者认为有价值的内容,无须一字不漏、亦步亦趋。

文本目的性:应用翻译都有明确的目的性,或传递信息(科技、新闻、经贸、医药等),或劝导(广告、企业对外宣传、旅游宣传册等),或说教(公共告示、政府文件),或功利性(广告语篇或企业推介),或时效性(新闻报道)等。应用文本的目的性既可以由文本自身功能决定,也可以由翻译委托人决定。例如,科技文本是典型的信息功能为主的文本,但翻译委托人可能需要译者使得译本具有更多的劝导功能,如劝导购买相关产品^{[5][1]}。

文本专业性:从语言和文体特点来看,应用翻译涉及特殊用途语

言,有时候也称为专门用途语言。专业性和规范性很强,而语言、文体的个性特点相对较弱。法律、经济、医学、科技、新闻和广告翻译都是专业性很强的文本,具有专门用途语言的性质^[5]。

文本匿名性:匿名性包括两方面的内容。其一是大多数应用语篇不署名(如广告、产品介绍、旅游文本)。其二是即使署名的应用文本(如科技文章、某些新闻报道、一般性的社科著作),作者的个性往往都会屈从于文本的共性和规范性而趋于消失,而且在很多情况下,译者没有必要知道所译文本是谁写的^[5]。

文本程式性:由于应用翻译在语言上往往有程式化的特点,相同的词汇、句型和语法结构重复率比较高,译文也不大讲究文采。因此机器辅助翻译或机器翻译的应用都比较广泛。目前,稍大规模的翻译公司都建有自己的语料库,包括不同学科的术语库和一些常用句子译文,这些语料库与翻译软件结合使用,就成了非常有效的机器辅助翻译资源。随着翻译软件功能的不断完善,许多翻译原文都是以电子文档的形式交给译者,以减轻文字录入负担,非常方便^[7]。

四、应用文本的翻译理念

我国的翻译界影响最深、最高的翻译标准是严复的“信、达、雅”。它的理论基础是语言学,综合运用语言学的分支理论:词汇学、句法学、语义学,研究翻译转换过程的规律,研究的核心问题是译文语义是否和原文的对等。译者的任务是首先达到最大可能的意义等值,追求的目标是译文要尽可能接近原文。这个理论囿于原文和译文内部,体现的是一种静态的评价翻译质量的标准。

美国的奈达从信息论的视角看到了两种语言和两个文本与译者、原文作者、译文读者、信息背景、感觉信道和工具信道、噪音或干扰等若干要素的相互关联,还从社会符号学角度看到了语言与文化的密切关系以及翻译与译文受众、出版社和编辑的性质、译文的市场情况等各种外部环境因素之间的辩证关联,提出了“功能对等”理论,即:词汇对等、句法对等、篇章对等、文体对等。奈达认为意义是最重要的,形式其次。如果意义和文化不能同时兼顾,译者只有舍弃形

式对等,通过在译文中改变原文的形式达到再现原文语义和文化的目的。如果形式的改变仍然不足以表达原文的语义和文化,可以采用“重创”这一翻译技巧来解决文化差异,使原文和译文在意义上对等^[8]。他认为,翻译的服务对象是读者或言语接受者,要评判译文质量的优劣,必须看读者对译文的反应如何,同时必须把这种反应和原作读者对原文反应进行对比,看两种反应是否基本一致^[9]。奈达的功能翻译观要求译者要对原文作者和译文读者两方面负责,一方面要正确反映原文作者的写作意图,另一方面要使译文读者得到同样的信息和感受。根据奈达的翻译理论,只有当译文从语言形式到文化内涵都再现了源语的风格和精神时,译作才是上乘的。

德国的诺德从功能主义的角度全面关注翻译中的文本分析与包括发送者及其意图、接受者、媒介、场所、时间、动机、文本功能等文本外部要素的关系,强调了上述各种文本外部因素之间以及文本外部与文本内部要素之间的相互依赖关系。提出译者应该遵循“功能加忠诚”的指导原则。“功能”是指译文在目标语环境中按预定的方式运作的方式,“忠诚”则是指译者、原文作者、译文接受者及翻译发起者之间的人际关系。功能理论的核心是适合性。它重视的是语言含义是否一致,关注的是能否达到翻译目的,考究的是译文是否与目的语国家的语境和谐共生。主张评价翻译质量不是以文本为准,而是以文本的使用者为准,因为翻译过程本身受到众多语境因素的制约,具有动态特征,所以评价翻译质量的标准也必须呈动态性。

近几年,我国学者相继提出具有一定代表性的翻译理念。

许建忠(2002)提出“轻化”、“淡化”,对文化过载或欠额的处理等翻译方法作了说明。通过对现有的几种实用文体的一般标准的分析提出“得作者之志,为读者所接受”。他充分考虑了作者、译者、原文、译文、原文读者、译文读者诸因素。该标准具有一定的概括性和可操作性,既适用于全译,也适用于变译^[11]。

林克难(2003)曾建议汉语的宣传材料应内外有别。他比照“信达雅”的翻译标准,定出“看、译、写”的标准。所谓“看”,就是阅读、熟悉在相同环境中,外语母语者是如何表达的;所谓“译”,就是翻译

时模仿外语表达式,而不是逐字照搬,使译文更加符合外语母语者的阅读习惯;所谓“写”,就是根据翻译发起人的意图,直接用外语写作^[12]。

贾文波(2004)认为应用翻译讲究“客观真实”而不是“艺术创造”,注重表达“言之有物”而不是“华而不实”,行文用字提倡“准确地道”和“通俗流畅”,遵循的是一种读者“喜闻乐见”而又能“雅俗共赏”的审美标准。它偏重实用性和交际目的,功能上就像商品广告,带有十足的功利性色彩,目的就是要吸引读者,最大限度地获取推销商品的预期效果。应用翻译策略多以“归化”为主,以译文读者为中心,这是它不同于文学翻译的地方。应用翻译的文体特征决定了它的文本形式相对固定,大多有约定俗成的“通用文体规范”。从某种意义上说,它的翻译目的不是“求异”,而是尽可能地去“求同”,以尽量减少信息交流的障碍,有效实现译文预期达到的功能和目的,因而翻译策略的主流“归化”多于“异化”。除了常见的文化上的“归化”现象外,应用翻译主要表现在“功能性归化”和“行业性归化”这两个方面^[13]。

曾利沙(2005)认为翻译目的决定了其原则规约的目的性内容。目的是通过读者群体实现的,目的论原则必定受到特定读者群体的语言文化差异、认知思维、接受心理等诸多因素制约,要最大效度实现特定目的还必须具有让受众乐于接受的策略原则,而要使策略原则具有可证性和可操作性,就必须将诸多外在制约因素与文本自身特征及其内在规定性结合起来,通过分析、归纳、概括、综合,形成若干基于公理和认知逻辑推论之上的准则。在系统理论研究中,原则不以单个抽象概念存在,应以原则范畴的形式予以表征,即由目的论原则+策略论原则+可操作性准则的连续统构成,体现于相互联系、相互制约、相互印证的宏、中、微观不同层次。翻译活动是受诸多外在和内在因素制约的能动的文化信息传播活动,要使翻译活动达到最大化目的效度,在理论认识上就必须从宏观上对其规约性进行公理性推论,从中观上予以符合逻辑地阐发,从微观上给予其操作过程以明晰地论证,并形成具有可操作性的理论范畴和概念系统^{[14][15]}。

方梦之(2008)提出“达旨-循规-共喻”三原则,达旨——达到目

的,传达要旨;循规——遵循译入语规范;共喻——使读者晓畅明白。翻译过程以“达旨”为目的,以“循规”为纲要,以“共喻”为手段。认为三位一体,相辅相成,不可分割^[16]。

综合学界观点,结合国家改革开放的时代要求,我们认为,应用文本翻译是一种突显语言文字的翻译,目前所有的翻译理论和翻译原则对它都有一定的参考和指导作用,应用文本翻译突出的是信息和内容的准确传递与表意。因此译者需要根据文体的类型、特点、变化和需要,作相应的调整 and 变化。恰如季羨林(2005)在谈翻译时指出的那样:“凭我自己的经验,不同门类的翻译有不同的要求。有的需要严格对应,有的无需或很难对应,能较准确达意即可,所以翻译很难有统一的标准。”翻译材料应该区别对待,采取不同的标准。翻译的标准是多元的,应用翻译也可以说是翻译有方,译无定法。在应用文本翻译实践中,译文的质量受到多种因素的制约,如:翻译的目的、原文的内容和文体、译文受众的知识背景、双方文化差距等。这些因素都是变量,译者要根据应用翻译的具体情况进行取舍和抉择。可以说,对不同的文章有不同的翻译要求、原则或标准,制定一成不变的静态的标准是不科学的,即译文不具有唯一性。但不同文体需要遵循符合其特点、准确体现其目的和要求的翻译标准,这一点已成为应用翻译界同仁的共识。

五、应用文本翻译的方式和技巧

由于我国与日本在经济、文化等领域的合作和交流不断深入,从日本输入了许多先进的管理方法、技术、产品和影视作品等。为了能够正确、完整地消化、吸收、理解和运用这些“舶来品”,并促使两国更好、更顺利地进行业务往来,好的应用翻译是首要的、关键的因素。为了保证准确传达原文的内容,保持译文的通顺,需要运用各种翻译方法和技巧。“准确”包含译文本身准确和如何使读者理解准确。如果仅仅是译文本身准确,但文句晦涩难懂,不符合读者的文化习惯和语境文化,那么就谈不上准确,因为读者的接受不准确。译者存在的意义在于准确地表达原文想表达的东西。那么如何做到翻译准确