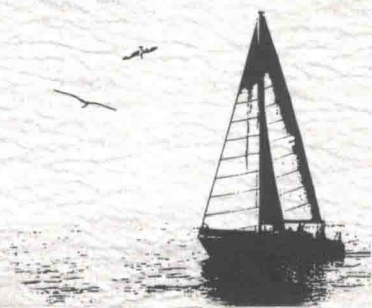


外国语言文学丛书 ● 教授文库

应用文汉英平行语料库的 构建及其应用研究

熊兵 著

YINGYONGWEN HANYING PINGXING YULIAOKU DE
GOUJIAN JIQI YINGYONG YANJIU



华中师范大学出版社

教育部人文社会科学研究规划基金项目资助
(项目编号:10YJA740104)

应用文汉英平行语料库的 构建及其应用研究

熊 兵 著



华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

应用文汉英平行语料库的构建及其应用研究/熊兵著. —武汉:
华中师范大学出版社, 2017. 6

(外国语言文学书系)

ISBN 978-7-5622-7690-6

I. ①应… II. ①熊… III. ①英语—应用文—翻译—语料库—
研究 ②英语—翻译—教学研究 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 023138 号

应用文汉英平行语料库的构建及其应用研究

© 熊 兵 著

责任编辑:陈凤菊 董云梅

封面设计:甘 英

责任校对:罗 艺

封面制作:胡 灿

编辑室:高校教材编辑室

电 话:027—67867364

出版发行:华中师范大学出版社有限责任公司

社址:湖北省武汉市洪山区珞喻路 152 号

电话:027—67861367(发行部) 027—67861321(邮购)

传真:027—67863291

网址:<http://press.ccnu.edu.cn>

电子信箱:press@mail.ccnu.edu.cn

印刷:武汉鑫昶文化有限公司

督印:王兴平

开本:710mm×1000mm 1/16

印张:11

字数:200 千字

版次:2017 年 6 月第 1 版

印次:2017 年 6 月第 1 次印刷

定价:28.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请拨打举报电话 027—67861321

序

最近十多年来,语料库翻译学得到了很大的发展。从方法论的角度来看,语料库翻译研究是对传统翻译研究的一种反叛。传统的翻译研究基于研究者自身印象式或感悟式的内省方法,主观性强,研究缺乏客观性、复现性和可验证性。基于语料库的翻译研究采用数据驱动(data-driven)的实证研究方法,从不同视角对翻译文本或翻译现象进行研究,客观性强,研究具有量化和可验证的特点,这拓宽了翻译研究的思路,丰富了翻译研究的方法,具有广阔的发展前景。另一方面,应用翻译研究(即基于应用文翻译的研究)作为翻译研究的一个重要领域,近些年来也发展迅速。不过,把语料库翻译学和应用翻译研究相结合,对应用翻译进行深入、系统的研究目前还不太多见,因此需要学界同仁予以更多的关注和重视,而本著则是在这一研究领域的一个初步尝试。

本著分为九章。第一章对十多年(2000—2014年)来应用翻译研究视角的变化和发展进行了梳理,提出很有必要、也完全有可能通过语料库的途径(特别是汉英双语平行语料库的途径)进一步深化应用翻译理论与实践。第二章对应用文汉英双语平行语料库的构建及其在应用翻译研究领域的应用问题进行了讨论。第三章基于旅游文本汉英平行语料库及旅游文本英文类比语料库,对旅游文本英译文的语言特征(词汇特征、句法特征和语篇特征)及特定旅游词汇的翻译问题进行了探讨。第四章基于应用文汉英双语平行语料库,对特定应用文词汇(“单位”“问题”“分裂”及“hawk-eye challenge”)的翻译问题进行了考察。第五章基于《中国的国防》白皮书(2008





年,2010年,2013年)汉英平行语料库,对该白皮书原文及其英译文的词汇特征进行了探讨,重点考察其词汇特征与文本主题表达及风格呈现的关系,同时探讨此类政论文的翻译特点和规律。第六章基于汉英公示语平行语料库,对汉英公示语进行了对比研究,并探讨了汉英公示语的翻译问题。第七章考察了基于应用文汉英双语平行语料库的应用翻译教学模式的构建和运作。第八章对翻译研究和翻译实践中广为混淆的三个概念“翻译策略”“翻译方法”和“翻译技巧”进行了区分,并对其各自的分类体系进行了讨论。第九章是结语,对全著进行了简要小结和评述。

本著是教育部人文社会科学研究规划基金项目研究成果(项目编号:10YJA740104),在此对教育部社科基金的资助表示衷心感谢!在本著撰写过程中,笔者得到了众多专家学者的鼎力支持,北京外国语大学的许家金教授和北京科技大学的赵秋荣副教授对笔者提供了大力支持和帮助,在此表示衷心感谢!英国教师 Emily Peterson 对本著撰写中的某些问题予以了解答。另外,我的2013级硕士研究生吴雨帆、白星、凌颖良和杨曼对本研究的建库工作也给予了大力支持,在此一并表示谢意!

有必要指出,本著作为探讨基于语料库的应用翻译研究的一个初步尝试,其所讨论的内容远未能涵盖应用翻译研究的全部,而只是涉及了其中的某些方面或领域。更深入、系统的基于语料库的应用翻译研究还有待于学界同仁共同努力来进一步展开探索。另外,由于笔者水平所限,书中难免会有某些错误或不当之处,敬请广大读者批评、指正。

熊 兵

2016年12月于桂子山



目 录

1. 应用翻译研究视角的嬗变(2000—2014)	1
1.1 本研究概述	1
1.2 “应用翻译”在本研究中的界定	1
1.3 应用翻译研究的不同视角	2
1.4 存在的问题	12
1.5 应用翻译理论的构建	13
1.6 结语	15
2. 应用文汉英双语平行语料库的研制与应用	16
2.1 前言	16
2.2 双语语料库的构建及运用研究现状综述	17
2.3 应用文汉英平行语料库的构建	19
2.4 基于应用文汉英平行语料库的应用研究	27
3. 基于语料库的旅游文本英译文语言特征及翻译研究	29
3.1 引言	29
3.2 语料、研究工具和研究思路	30
3.3 旅游文本英译文的语言特征及汉英旅游翻译	31
3.4 小结	55
4. 基于汉英双语平行语料库的应用文词汇翻译研究	57
4.1 引言	57
4.2 应用文词汇翻译个案研究	58
4.3 小结	75





5. 基于语料库的《中国的国防》白皮书英译文词汇特征及翻译研究	77
5.1 引言	77
5.2 文献综述	78
5.3 语料、研究工具和研究思路	79
5.4 语料处理与分析	79
5.5 小结	92
6. 基于语料库的汉英公示语对比与翻译研究	93
6.1 引言	93
6.2 研究现状	93
6.3 汉英公示语翻译中存在的问题	95
6.4 基于语料库的汉英公示语对比研究	97
6.5 本研究对公示语汉英翻译的启示	109
7. 基于应用文汉英平行语料库的应用翻译教学模式研究	111
7.1 研究背景	111
7.2 研究目标	113
7.3 构建针对应用翻译教学的汉英平行语料库的必要性	113
7.4 针对应用翻译教学的汉英平行语料库的构建	115
7.5 基于应用文汉英平行教学语料库的翻译教学模式:构建及运作	122
7.6 小结	127
8. 翻译研究中的概念混淆	128
8.1 研究背景	128
8.2 翻译策略、翻译方法、翻译技巧:定义及相互关系	131
8.3 翻译策略、翻译方法、翻译技巧:分类及应用	133
8.4 小结	149
9. 结语	151
参考文献	152
附录 语料库翻译学常用术语英汉对照表	168



1. 应用翻译研究视角的嬗变(2000—2014)

1.1 本研究概述

本书是一个综述性、描述性的研究,旨在对过去十五年(2000—2014)来应用翻译研究理论视角及研究方法的发展、变化情况进行一个梳理,理清其发展线索,分析其存在的问题,并探讨基于应用文汉英平行语料库的应用翻译研究的必要性和可能性,以期对应用翻译理论与实践特别是对基于语料库的应用翻译理论与实践有所帮助,对应用翻译理论的构建有所启迪。

本研究调查了最近十五年(2000—2014)来国内十六种外语类核心期刊及少量的非核心期刊中刊载的应用翻译研究论文。这些期刊包括:

《中国翻译》《中国科技翻译》《上海翻译》《外国语》《外语教学》《解放军外国语学院学报》《外语与外语教学》《外语学刊》《外语与翻译》《外国语言文学》《四川外语学院学报》《语言与翻译》《西安外国语大学学报》《山东外语教学》《广东外语外贸大学学报》《江苏外语教学研究》。

1.2 “应用翻译”在本研究中的界定

关于“应用翻译”的定义及其所涉文类范围的界定,不同的学者有不同的看法。方梦之(2003:49)认为,应用翻译包括除文学文本翻译和纯理论性文本翻译外的所有文本的翻译。在很多高校的翻译教材(如陈宏薇、李亚丹,2010)中,应用翻译与文学翻译和科技翻译并列,这与方梦之的分类类似。韩子满(2005:49)认为应用翻译包括除文学文本翻译外的所有类型文本的翻译(即“非文学翻译”)。本书采用方梦之的分类法,把“应用翻译”界定为“除文学文本翻译和纯理论文本翻译外的所有文本的翻译”。应用文本主要包括新闻文本、旅游文本、法律文本、商务文本(合同、协议、广告、商标)、公文、通知/告示、公示语、说明书、外宣资料、公司简介及其他类(菜谱、简历等)。



1.3 应用翻译研究的不同视角

1.3.1 传统视角下的应用翻译研究

传统上,应用翻译研究常从以下两类视角展开讨论。

1.3.1.1 语言(对比/差异)视角

这类研究通常是从英汉两种语言在语音、词汇、句法、语篇、修辞和文体等层面各自的特点和差异出发,讨论应用文翻译的原则/标准/策略/方法/技巧/存在问题。如陈建平(2005)从词法、句法层面分析经贸合同英语的语言特征,探讨和归纳经贸合同英汉翻译的基本规律和原则。李丽(2005)从法律英语的词汇特点出发,讨论其翻译方法和策略。熊德米(2006)通过对比英汉法律语言中的人称指示语的区别,探讨法律文本中人称指示语的翻译问题。笔者搜集、整理的文献资料显示,基于语言对比/差异视角的应用文研究贯穿于过去十多年来翻译研究的发展历程,较早的如梦琳、詹晶辉(2001)关于广告双关语的翻译,较近的如陈小慰(2012)关于文化展馆说明文字的翻译,都是基于语言对比/差异的视角。

1.3.1.2 文化(对比/差异)视角

这类研究通常是从中英文化因素与文化差异的视角入手,讨论应用文翻译的原则/标准/策略/方法/技巧/存在问题。如张宁(2000)分析了旅游资料中蕴含的文化信息及其所表现出的中西文化差异,提出旅游资料的英译应遵循的原则和方法。蒋磊(2002)讨论了中英文化差异如何导致商标翻译中的语用失误。吴自选(2005)以文化差异为视角,以选送 CNN World Report 的新闻片汉译英为分析个案,探讨了文化差异对电视新闻翻译的影响,提出了电视新闻翻译中跨越文化障碍的手段。张法连(2009)论述了中外法律文化的差异及其对法律翻译的制约作用,并以此为基础对某些英汉法律术语的翻译进行了辨析。

1.3.2 特定理论视角下的应用翻译研究

1.3.2.1 功能对等理论/等效论(functional equivalence/equivalent effect)

虽然 Nida 的功能对等理论很早就被介绍到了国内学界,但 20 世纪 90 年代以该理论为视角讨论应用翻译的文章并不多见,只是在 2000 年后才开始有一些学者从此视角探讨应用文翻译问题。如肖辉、陶玉康(2000)以功能对等理论为基础,讨论了商标翻译的原则,提出商标翻译中,译者应使目标语信息



接受者对商标译文的反应与源语接受者对商标原文的反应基本相同,为此商标的译名在语言上应做到音、形、义的最大限度的统一。梁志坚(2002)从等效论的视角讨论了公示语的翻译,认为公示语的翻译要注意其文本的类型,应采用视点转移的手段,译出原文的本意,以达到功能对等。庄起敏(2005)以功能对等理论为基础,探讨了如何在新闻词汇的翻译中妥善运用功能对等原则,以达到理想的传播效果。刘法公、徐蓓佳(2008)基于 Nida 的读者反应论,探讨了新闻词汇翻译中的功能对等原则。李宾(2011)从动态等值理论的视角,讨论了商务英语翻译中的文化信息等值问题。

笔者搜集到的文献资料显示,尽管 Nida 的理论早已不再是学界的主流,但以其功能对等理论为视角的应用翻译研究仍贯穿了过去的十多年,显示出一定的生命力,表明其对应用翻译具有较好的适用性。究其原因,可能在于 Nida 功能对等理论的核心是强调“等效”和接受者的“反应”,而应用文翻译的一个重要的功能是实现原文的呼唤/感召功能(vocative function),即引发目标语读者某种特定的、与原文对源语读者作用相类似的“反应”(similar response)或等同的“效果”(equivalent effect)。正如 Newmark (1988/2001: 45)所指出的:

In the communicative translation of vocative texts, equivalent effect is not only desirable, it is essential; it is the criterion by which the effectiveness, and therefore the value, of the translation of notices, instructions, publicity, propaganda, persuasive writing... is to be assessed.

1.3.2.2 文本类型理论(text typology);语义翻译/交际翻译(semantic translation/communicative translation)

20 世纪 30 年代,德国学者 Karl Buhler 提出了“语言功能工具模式”。基于这一模式,德国学者 Reiss (1977/1989: 108-109)把文本类型分为三类:informative text, expressive text 和 operative text。类似地, P. Newmark (1988/2001: 39-41)也把文本类型划分为三种:informative text, expressive text 和 vocative text。不同的文本类型具有不同的功能,不同的功能需要译者在翻译中采用不同的翻译策略、方法和技巧。

语义翻译和交际翻译由 Newmark 提出。他认为,在诸多的翻译方法中,只有语义翻译和交际翻译,才能实现翻译的两个主要目标:即“准确”(accuracy)和“经济”(economy)。语义翻译常用于表情型文本(expressive text)的翻译中,交际翻译常用于信息型(informative text)和感召型文本(vocative text)的翻译



中(Newmark, 1988/2001:47)。

国内较早把 Buhler 的“语言功能工具模式”和 Newmark 的文本类型理论运用于应用翻译研究的是郭建中(2001)。之后张美芳(2006)以 Reiss 的文本类型理论为基础,探讨了公示语的语言特点、文本类型及翻译策略。贺学耘(2006)基于 Newmark 的文本类型理论和语义翻译/交际翻译理论,探讨了公示语的交际翻译策略。王金华(2007)以 Newmark 的交际翻译理论为基础,从标题改写、词汇变通和句子结构重组三个方面对 *Suzhou Weekly* 中的若干汉英译例进行了分析,论证了交际翻译法对新闻翻译的适用性。牛新生(2008)以 Newmark 文本类型理论为视角,对公示语的功能进行了分析,提出翻译中应以译出其感召功能为首要任务,以使译文取得公示语文本的预期效果。张美芳(2009)讨论了文本类型理论对翻译研究,尤其是对英汉应用翻译研究的启示。申娜娜、李品(2011)以文本类型理论为视角,以上海世博会部分展馆主题的翻译为例,讨论了外宣翻译的特点和翻译原则。

文本类型理论对于应用翻译的适用性表现在:多数应用文分属于三类文本类型中的某一类文本,如法律文本、商贸合同、(硬)新闻文本属于典型的信息型文本,商标、广告属于典型的感召型文本,而旅游文本兼具信息型和感召型文本的特征。分清不同种类的文本所具有的不同功能,能使译者在翻译中更有针对性地采用适当的翻译策略、方法和技巧,以最大限度地体现译文的功能。至于 Newmark 的交际翻译观,由于其强调“等效”,因此“对应用翻译同样具有较强的理论意义和实践意义”(方梦之,2003:49)。

1.3.2.3 功能主义/目的论(functionalist approach/Skopostheorie)

1.3.2.3.1 功能主义/目的论视角下的应用翻译研究

(1) 论文

国内最早把功能翻译理论运用于应用翻译研究的是陈小慰(1996)。在其《试论“译文功能理论”在应用文类翻译中的指导作用》一文中,陈小慰提出“译文功能理论”(Skopostheorie)对应用文类的翻译具有积极的指导作用,并以该理论为基础,从“入乡随俗”“语用翻译”“文化翻译”三方面讨论了应用文类的翻译。进入 2000 年后,以功能主义/目的论为视角的应用翻译研究逐渐成为热点。徐泉、王婷(2001)从德国功能派翻译理论视角讨论了软新闻“改译”的翻译策略。周红民(2002)试图建立目的取向、人际行为及目标语读者取向的实用文本翻译的原则,其中前两者都涉及了 Nord(1997/2001)的功能翻译理论。张美芳(2004)以功能翻译理论为基础,从原文的语篇类型、翻译目的/译文功能和译文读者等几方面对一则编译进行个案分析,探讨了编译的合理性



及其理论依据。张长明、仲伟合(2005)讨论了功能翻译理论在法律翻译中的适用性。陆国飞(2006)以功能观为视角,讨论了旅游景点介绍的汉英翻译问题。樊桂芳、姚兴安(2007)基于目的论和译者策略,讨论了应用型平行语料库的构建问题。蒋林平(2009)从目的论视角对外汇交易市场英汉翻译策略和方法进行了探讨。潘洞庭(2010)讨论了目的论对商务翻译的启示。欧飞兵(2011)论述了翻译目的论视域下的陶瓷文化的翻译问题。其他此类研究还包括:贾文波(2007)、李燕敏(2007)、刘小玲(2008)、赵亮(2009)、郑燕梅(2010)等等。

(2) 著作

在著作方面,贾文波的《应用翻译功能论》(2004)^①主要以 Vermeer 的目的论为基础,同时也借鉴了 Newmark 的文本类型理论和 Nida 的功能对等理论,系统论述了翻译过程中不同体裁的文本功能特征和翻译策略导向。“该书对我国应用文翻译实践无疑起到了很大的推动作用”(卞建华、崔永禄,2006: 84)。方梦之、毛忠明的《英汉—汉英应用翻译教程》(2004)以功能主义目的论为指导,讨论了应用翻译的各种策略,并分别阐述了科技翻译、经贸翻译、法律翻译、新闻翻译、广告翻译、旅游翻译等各类应用文体的翻译问题。伍锋、何庆机的《应用文体翻译:理论与实践》(2008)较为系统地探讨了功能翻译理论(及文本类型理论)与应用翻译的关系,并在此基础上讨论了各类应用文体的翻译。其他基于功能主义/目的论的应用文体翻译著作还有:陈昭伟的《新英汉翻译实务》(2007),张沉香的《功能目的理论与应用翻译研究》(2008),范勇的《功能主义视角下的中国高校英文网页中的翻译问题研究》(2009),刘小云的《应用翻译研究》(2009)等。

1.3.2.3.2 功能翻译理论对应用翻译的适用性

由于功能翻译理论具有鲜明的目的取向特征,而应用文往往具有明确的目的和功能,因此功能翻译理论对应用文翻译具有较好的适用性。对此国内外学者都予以明确的肯定。如陈小慰(1996:9)指出,“提出‘译文功能理论’(Skopotheorie)对中国今天的翻译实践,尤其是对应用文类的翻译,有积极的指导作用”。方梦之(2003:49)也认为,“在国外的译论研究中,功能目的论(Skopostheorie)对应用翻译有一定的指导意义”。Gentzler(2004:73-74)更是明确提出:

Functionalist theory has enjoyed the success that it has over the last

^① 该著于2012年出版了第二版。



decade. It lends itself particular well to translating business text—advertisements, brochures, production description, and marketing items. It also lends itself well to politics... Given the utility of such an approach in the business and political world, the future of the functionalist approach appears assured.

1.3.2.4 翻译美学/接受美学(translation aesthetics/reception aesthetics)

在笔者所搜集到的文献资料中,从翻译美学或接受美学视角讨论应用翻译的研究多集中于2003—2006年。如贾文波(2003)从翻译美学视角对汉英旅游翻译进行探讨,以阐明民族审美差异在旅游翻译中的重要性。周素文(2003)从实用翻译美学视角讨论了汉语商标词的英译,归纳了汉语商标词英译的三种手段,并指出商标词的翻译中要顾及对原商标词的审美以及对译名的审美。洪明(2006)以接受美学理论为基础,提出旅游外宣广告翻译中译者应充分考虑中西文化、语言和审美习惯的差异及译文读者的期待视野,重视对译文读者的关照。

1.3.2.5 语用学(pragmatics)

本部分所涉及的相关语用学理论包括语境理论、关联理论、顺应论及合作原则、礼貌原则等。

1.3.2.5.1 语境理论(theory of context)

以语境理论为切入点的应用翻译研究大多讨论各类语境因素对应用文翻译在词义及句义选择上的制约作用,或提示、激活作用。如卢卫中(2002)以语境理论为指导,探讨了新闻语境的特殊性及其对报刊新闻翻译的制约作用。周锰珍(2006)基于语境理论,通过案例分析,说明商务文本翻译中,语言语境、情景语境和文化语境如何激活文本中的某些词义并为翻译中词义的选择提供理据。黄春芳(2008)分析了语境因素对法律英语文本话语翻译的词义选择的制约作用。杨雪、谢建平(2011)以情景语境为视角,讨论了专门用途英语(ESP)的语篇特点、语篇演化规律及翻译策略。

1.3.2.5.2 关联理论(relevance theory)

较早把关联翻译理论介绍到国内的是林克难(1994)。此后逐渐有学者以关联翻译理论为基础展开翻译研究,包括应用翻译研究。潘莉(2003)运用关联理论中的认知语境和最佳相关原则等概念,分析译者为使广告译文实现AIDA功能应遵循的翻译标准,以及应采取的策略和方法。朱燕(2007)以最佳关联性为视角,讨论了广告翻译的效度。叶苗(2009)基于关联理论讨论了旅游资料的变译策略。袁建军、梁道华(2010a)通过广告翻译实例分析,探讨



了关联理论对广告及其翻译的解释力和指导意义,总结了广告翻译的原则和具体策略。赵芝英(2012)以无锡市公示语翻译为例,讨论了公示语汉英翻译中的关联性问题。

1.3.2.5.3 顺应论(adaptation theory)

将 Verschueren(1999)的顺应论引入应用翻译研究是最近几年的事。杨劲松、曾文雄(2008)讨论了修辞偏离操作在实现顺应翻译美学传真中的作用,认为在旅游翻译中有时要打破源语的语言规则,以顺应目的语的语言文化规约和文化融合的趋势。李占喜(2009)在顺应论和关联理论的框架内,探讨了译者进行英语广告汉译时的认知思维活动,并尝试性地提出一个基于语用等效的广告翻译语用观。邓燕梅(2010)以顺应论为理论依据分析了目前商业广告翻译中存在的问题,指出译者在翻译商业广告时,首先要顺应目标语文化中消费者的心理和审美倾向,并在语言层面做出顺应。

1.3.2.5.4 其他语用学理论

徐锡华、伍锋(2008)依据 Grice 的合作原则及其四条准则分析了商务英语的基本特点,提出了商务翻译的四条基本原则,即精确、简洁、清晰、灵活。黄艺平(2010)探讨了 Leech 的礼貌原则在商务翻译情景交际中的应用,以及如何在文化认知、词句运用上体现这一准则。袁建军、梁道华(2010b)从语用预设的概念、特征出发,通过实例分析探讨了语用预设广告中的应用,进而讨论了广告翻译中对语用预设信息的处理策略。

1.3.2.6 系统功能语言学(systemic functional linguistics)

1.3.2.6.1 评价理论(appraisal theory)

Martin & Rose(2003)及 Martin & White(2005)的评价理论是系统功能语言学关于语言的三大元功能之一——人际功能的研究的新发展。最近一些年来,有学者尝试把该理论运用于应用文翻译研究。钱宏(2007)以评价理论框架作为分析工具,调查分析了四则国际品牌香水的中英文广告,通过分析原文与译文中表示态度的评价性语言的差异,探讨了应用翻译中较为常见的一种现象——“不忠实”的译文的表现形式及其背后的可能成因。陈明瑶(2007)运用评价理论分析了新闻语篇中的三大类态度资源,并就各种资源提出了不同的翻译策略,在此基础上讨论了原文态度与译文态度的信息对等问题。徐珺(2011)把评价理论与商务翻译相结合,以社论语篇为案例,探讨了评价理论运用于商务翻译实践的有效性和可行性。

1.3.2.6.2 其他系统功能语言学相关理论视角

杨芬(2005)以系统功能语言学的“语域理论”为基础,讨论了商务合同英



语语篇的语域特征及其翻译,提出商务合同翻译的忠实、准确、统一的翻译标准。李国庆(2008)以系统功能语言学的“功能语言观”为理论基础,将商业广告划分为以概念功能为主要倾向的商业广告和以人际功能为主要倾向的商业广告,重点讨论了以人际功能为主要倾向的双关广告语篇的翻译策略和评价标准问题。李国庆、靳智博(2011)以系统功能语法的“语篇体裁”为理论框架,以地区宣传画册《精品龙岩》为语料,探讨语篇体裁与最佳翻译策略选择之间的动态关系,提出译文的评价标准应放在文化语境层面,任何翻译手段只要能达到位于体裁层面的社会目的,都应看成可行的翻译方法。

1.3.2.7 互文性理论(theory of intertextuality)

较早把互文性理论运用于应用翻译研究的是吴钟明、邱进(2004),他们将互文性这一概念应用到广告翻译中,探讨了互文性在广告翻译中的运作机制及其应用价值,指出互文性概念开拓了广告翻译的新思路,为广告翻译的研究提供了新的方法。王海燕、刘迎春(2008)以互文性理论为视角,提出合同法规的翻译是互文建构的过程,认为译者对合同法规中的互文手段的正确识别、阐释和转换是确保合同法规翻译质量的关键因素之一。樊桂芳(2010)从互文性的角度探讨了公示语翻译的原则,以及如何运用该理论实现公示语在我国城市现代化、全球进程化中的指示功能、服务功能以及禁止功能。王济华(2011)基于 Devitt 区分的指涉互文、语类互文和功能互文这三种互文关系,通过对旅游文本翻译实例的分析,指出旅游文本的翻译是一个解构、重构和再创造的过程。译者在翻译中需要不断提高互文性意识,做到“入乎其内,出乎其外”。

1.3.2.8 生态翻译学(eco-translatology)

生态翻译学是近年来兴起的一种基于生态学途径的翻译理论。国内学者中胡庚申是这一理论的代表,他提出了“翻译适应选择论”,认为翻译是一种译者适应翻译生态环境的选择活动。译者进行翻译时,需要从语言维、文化维和交际维这三个维度进行转换,进行选择适应与适应性选择。最佳的翻译是整合适应选择度最高的翻译(胡庚申,2004;2008;2013)。

刘艳芳(2009)以翻译适应选择论为理论基础,探讨了新闻报道中隐喻习语的翻译,提出在翻译新闻报道中的隐喻习语时,译者要进行多维度的选择性适应和适应性选择,充分考虑新闻报道的翻译生态环境,采取灵活多样的翻译方法,以优化选择出“整合适应选择度”最高的译文。束慧娟(2010)以生态翻译学的“三维”原则为指导,以上海世博会主题标语的翻译为例,对公示语的翻译问题进行了探讨。郭英珍(2011)从生态翻译学视角出发,对新闻英语汉译



中的添加、删减和改写现象进行了分析和讨论。

1.3.2.9 对比篇章语言学/平行文本比较(contrastive textology/parallel text comparison)

“平行文本”指不同语言文化中交际功能相同或相似的语篇。Werlich(1982)认为,影响文本建构及文本分析的因素有两条:一是文本的外部制约,例如语境及体裁等;二是文本的内部构成规则及要素,这些基本构成要素包括“开头、顺序形式、文本结构、文本单位和结尾”(Werlich,1982:150)。因此我们可以基于这些文本构成要素对平行文本进行比较,考察、归纳其各自在语言和文体上的特点,从而为地道的翻译提供具有可比性的参照。

李德超、王克非(2009)在 Werlich(1982)文本语法的基础上,提出一种适用于非文学翻译特别是旅游英译的平行文本比较模式。通过此模式可分析和归纳中英文酒店文宣在文本惯例上呈现的不同特点,并以此指导酒店文宣的英译。李芳(2009)通过比较中西方四大著名博物馆英语解说词的异同,试图从西方受众的视角来解读中国博物馆英译解说词的得失,为改进中国博物馆英译解说词的质量提出了理论和实证依据。卢小军(2012)试图在 Werlich 文本语法的基础上,构建一个适用于企业概况文本英译的平行文本比较模式,描述和分析中美企业网站中的“企业概况”在文本惯例上呈现的异同,并归纳了企业概况文本英译研究中所获得的若干启示。

1.3.2.10 其他理论视角

除以上视角外,近十年来一些学者还从其他一些理论视角对应用文翻译进行了研究。例如,范晓慧、郑新民(2007)基于女性主义理论对广告中隐含的女性形象的角色定位与性别歧视进行了剖析,提出广告翻译者应抛弃原广告中的性别歧视话语,进行再创造性翻译,以构建和谐、男女平等的广告话语。魏涛(2008)从后殖民理论的权利差异的视角探讨了我国媒体国际新闻翻译中存在的文本选择失衡、霸权话语扩散以及解殖民策略等现象。魏亚丽(2009)从社会语言学视角讨论了影响化妆品商标翻译的三种社会因素(性别、年龄和文化),试图从语言与这三者的关系来解释化妆品的商标翻译问题。孙建成、李昕亚(2009)从传播学视角,结合网络传播的特点,对故宫博物院英文网页译文进行评析,探讨网页翻译的特点和方法。胡芳毅、贾文波(2010)以 Lefevere 的改写理论为理论基础,阐明了“改写”在外宣翻译中的必然性,并强调这种改写在翻译中具有交汇中西文化、引领文学创新的作用。为有效实现外宣翻译的社会功能,“改写”不失为一条行之有效的翻译途径。程维(2010)基于 Mona Baker(2006)的叙事理论中的框架建构理论(framing theory),以《参考



消息》的编译文章为研究对象,将新闻编译这一特殊的翻译活动置于跨文化传播视阈下,探讨了译者如何利用“选择性建构”“加标记建构”和“参与者重新定位建构”来消解原文的种族中心主义框架,以积极地维护自己的话语权。

1.3.3 基于语料库语言学的应用翻译研究

基于语料库语言学(corpus linguistics)的翻译研究始于20世纪90年代,之后得到迅速发展。目前国内已建立起一批与翻译实践和翻译研究高度相关的双语(平行)语料库。不过,应用文双语平行语料库的建设是最近几年才兴起的。目前已建成或在建的有绍兴文理学院孙鸿仁和杨坚定主持研制的“中国法律法规汉英平行语料库”,香港理工大学李德超主持的“中英双语旅游语料库”,对外经贸大学王立非主持的“商务英汉双语平行语料库”以及华中师范大学熊兵主持的“应用文汉英双语平行语料库”。国内较早提出建立应用型翻译平行语料库、并以此为基础展开应用翻译研究的是樊桂芳、姚兴安(2007)。之后李德超、王克非(2010)论述了香港理工大学正在研制的“新型中英双语旅游语料库”的设计理念和操作程序,并探讨了该旅游语料库在应用翻译与教学中的研究前景。朱晓敏(2011)通过对自建语料库中的政治文本英译的研究,发现政治文本英译中存在明晰化、规范化和平整化的倾向,而简约化倾向则不明显。朱晓敏、曾国秀(2013)基于汉英政治文本平行语料库,对现代汉语政治文本的隐喻模式及其翻译策略进行了探讨。他们总结出5类汉语政治文本的概念隐喻模式,分别为旅行隐喻、建筑隐喻、战争隐喻、家庭隐喻和圆圈隐喻,并提出三种政治文本隐喻翻译策略:①在目标语中保留原文本的源域;②使用目标语中的源域来代替原文本中的源域;③丢弃原文本中的源域,辅之以对原文目标域的解释。

传统的应用翻译研究基于研究者自身印象式或感悟式的内省方法,主观性强,缺乏客观性、复现性和可验证性。基于语料库的应用翻译研究采用数据驱动(data-driven)的实证研究方法,客观性强,研究具有量化和可验证的特点,这拓宽了应用翻译研究的思路,丰富了应用翻译研究的方法,具有很好的发展前景。因此很有必要、也完全有可能通过语料库的途径(特别是汉英双语平行语料库的途径)进一步深化应用翻译研究理论与实践。不过目前这方面的研究还不够丰富,也缺乏较好的深度和系统性,因此需要学界同仁予以更多的关注和重视,而本书则是在这一研究领域的一个初步的尝试。

1.3.4 小结:应用翻译研究视角的嬗变

基于笔者在本研究中所搜集到的相关文献资料,结合以上所述,笔者进行了相关的数据统计,结果如下: