

河南科技大学学术著作出版基金资助

公示语生态翻译论纲

岳中生 于增环 著



科学出版社

河南科技大学学术著作出版基金资助

公示语生态翻译论纲

岳中生 于增环 著

科学出版社

北 京

图书在版编目(CIP)数据

公示语生态翻译论纲 / 岳中生, 于增环著. —北京: 科学出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-03-040855-6

I. ①公… II. ①岳… ②于… III. ①英语-翻译
IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 118310 号

责任编辑: 阎 莉 / 责任校对: 钟 洋
责任印制: 钱玉芬 / 封面设计: 刘可红

联系电话: 010-64030529 电子邮箱: yanli@mail.sciencep.com

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码: 100717

<http://www.sciencep.com>

双青印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2014 年 6 月第 一 版 开本: A5(890×1240)

2014 年 6 月第一次印刷 印张: 7 1/4

字数: 300 000

定价: 68.00 元

(如有印装质量问题, 我社负责调换)

前言

翻译是跨文化交流的实践活动，促成不同文化之间的平等交流并实现不同文化的和平共存是历史赋予翻译活动的使命。21 世纪初我国的公示语翻译研究是在文化全球化和我国深化对外开放并推进对外交流的历史背景下，尤其以北京奥运会和上海世博会为历史契机而兴起的翻译研究热潮。汉语公示语的翻译和应用服务于外国受众，是我国对外交流水平和人文环境建设的具体体现。公示语翻译研究对于提升外宣翻译质量、改善我国的国际人文环境、服务经济社会发展等方面具有重要意义。

翻译学具有显著的跨学科性质，不断汲取其他学科的理论资源，也力求对相关学科产生影响。语言学、哲学、美学、符号学、文艺学等学科与翻译学的交融不断拓展着翻译研究领域，催生了语言学派、文化学派、目的学派、建构学派等诸多翻译研究流派。正是翻译研究的跨学科发展成就了翻译理论创新，而新理论的介入为人们认识和研究翻译开辟了新的道路。顺应 21 世纪翻译研究的生态转向，生态翻译理论应运而生。该理论以达尔文生物进化论中的“适应/选择”学说为指导，探讨“翻译生态环境”中译者适应与译者选择行为的相互关系、相关机理、基本特征和规律，从“适应”与“选择”的视角对翻译的本质、过程、标准、原则和方法等作出全新的描述和解释。作为翻译学的生态研究范式，生态翻译学视翻译活动为一个整体的翻译生态系统，翻译活动是依据生态学原则而产生的具有整体性、关联性、动态性、平衡性、协调性和生态审美性的活动。生态翻译研究聚焦的“适应与选择”、“译者中心”、“翻译生态环境”、“翻译生态体系”、“翻译群落”和“生态理性”等为公示语翻译研究提供了全新的理论指导和研究维度。

公示语翻译的理论和实践以及翻译批评相结合才能建构科学的公示语生态翻译研究体系。本书旨在构建翻译理论与实践和批评相结合的公示语生态翻译研究框架，整合研究成果和拓展研究范畴，开展公示语生态翻译批评和翻译补偿研究，以助推该领域的创新研究。全书分为四个

部分：公示语与翻译研究、生态翻译学、公示语生态翻译批评、公示语生态翻译实践。第一部分在厘定公示语及基本概念的基础上，综述国内公示语翻译研究概况，总结研究成果和存在的问题。第二部分利用生态翻译学理论构建公示语生态翻译研究的理论框架，内容涵盖生态翻译学理论要略和公示语生态翻译研究聚焦等。第三部分开展公示语生态翻译批评研究，建构包括翻译理论、翻译实践和翻译批评的翻译批评体系，并开展批判性翻译补偿和赏析。公示语生态翻译批评是基于翻译生态环境中主客体的多路径和多维度综合批评，其翻译补偿是基于批评的多维补偿。第四部分侧重于不同行业公示语翻译实践，厘定旅游公示语、交通公示语、餐饮公示语、消防公示语、金融服务行业公示语和教育行业公示语等的规范表达，为其实际应用提供标准翻译文本。

本书的读者对象主要是国内外翻译界学者和研究人员、应用翻译从业人员、英语专业硕士和博士研究生、英汉翻译学习者和爱好者。

本书参考和借鉴了多位专家和学者的研究成果，在此表示由衷的感谢！

感谢科学出版社给予著作出版的大力支持，感谢出版社阎莉女士的指导！

由于笔者水平和能力有限，书中错讹疏漏之处在所难免，恳望专家学者和广大读者不吝指正。

本书为河南省高等学校青年骨干教师资助计划项目“汉语公示语英译研究：理论与实践”、河南省教育厅人文社会科学研究重点项目“生态翻译批评研究”和河南科技大学人文社会科学领域科研创新能力培育基金项目“公示语生态翻译研究”研究成果。

目 录

前言	i
第一章 公示语与翻译研究	1
1.1 公示语概观	1
1.1.1 公示语的概念	2
1.1.2 英汉公示语的语言特点	3
1.1.3 公示语的功能	4
1.1.4 公示语类别	6
1.1.5 公示语翻译原则	7
1.2 公示语翻译研究综述	15
1.2.1 研究视角和内容	15
1.2.2 生态翻译视域的公示语翻译研究	20
1.2.3 问题与展望	21
小结	22
第二章 生态翻译学	23
2.1 生态翻译学综观	23
2.1.1 生态翻译学源起	24
2.1.2 翻译适应选择论	25
2.1.3 翻译生态学要略	28
2.2 生态翻译学研究聚焦	31
2.2.1 翻译生态	31
2.2.2 翻译生态体系	33
2.2.3 翻译生态环境	36

2.2.4 翻译生态理性	37
2.2.5 适应与选择	39
2.2.6 译者中心	41
2.3 生态翻译学研究与应用展望	42
2.3.1 生态翻译学研究成果	43
2.3.2 生态翻译学应用研究展望	45
小结	61
第三章 公示语生态翻译批评	63
3.1 翻译批评概观	64
3.1.1 翻译批评的概念	64
3.1.2 翻译批评的译学定位	65
3.1.3 翻译批评的类别	69
3.1.4 翻译批评的目的和功能	70
3.1.5 翻译批评的原则	71
3.1.6 翻译批评的主/客体	74
3.1.7 翻译批评方法	76
3.2 生态翻译批评	81
3.2.1 翻译批评范式	82
3.2.2 生态翻译批评模式	84
3.3 公示语生态翻译批评与赏析	90
3.3.1 基于人际管理的公示语翻译批评	91
3.3.2 公示语生态翻译补偿	102
3.3.3 公示语翻译赏析	108
小结	113
第四章 公示语生态翻译实践	115
4.1 旅游公示语	115
4.1.1 旅游外宣文本与翻译	116

4.1.2 景区标识语翻译	133
4.1.3 旅游广告翻译	138
4.2 交通公示语	142
4.3 餐饮公示语	159
4.4 消防公示语	168
4.5 金融服务公示语	172
4.6 教育行业公示语	177
小结	183
参考文献	185
附录一 生态翻译学主要术语(英汉对照)	198
附录二 公共场所双语标识英文译法(节选)	201

第一章

公示语与翻译研究

以 2008 年北京奥运会和 2010 年上海世博会为历史契机而兴起的公示语翻译研究热潮成为 21 世纪初国内译学界应用翻译学术研究的导向标。公示语翻译面向来华的外国受众,首先提供与食、宿、行、游、购、娱等相关的信息服务;同时在国际化和全球化的历史态势下,双语和多语公示语的翻译和应用是对外交流水平和人文环境建设的具体体现,加强公示语翻译研究和实践也是促使我国的语言环境和人文环境趋向国际化的重要途径。本章在厘定公示语的概念、功能及类别的基础上,综述公示语翻译研究概况,并展望其未来研究走向。

1.1 公示语概观

21 世纪初的公示语翻译研究在文化全球化和我国深化对外开放和推动对外交流的历史背景下给国内的应用翻译研究带来勃勃生机。在政府和中国翻译协会等的倡导和引领之下,众多翻译研究机构和翻译研究学者积极参与,公示语翻译研究迅速掀起本世纪初国内译学界的学术热潮。历经众学者近十年的不懈努力,公示语翻译研究逐渐回归研究常态。本节就公示语的概念、语言特点、功能、类别、翻译原则等进行总结,以便于为生态翻译学理论指导下的公示语翻译研究奠定基础。

1.1.1 公示语的概念

多年以来,尤其是2005年在北京第二外国语学院召开全国首届公示语翻译研讨会之前,公示语一词与标志语、标语、标识语、标示语、标记语、标牌语、牌示语、揭示语以及警示语等术语共生同用,公示语的定义也不尽统一。国际图形标志委员会主席 Barry Gray 的定义为“Signs are anything from a simplest way of finding or information ‘marker’ to the technically sophisticated communication of a message.”国内学者阐释的较有代表性的公示语概念主要包括:

定义一:公示语——公开和面对公众,告知、指示、显示、警示、标志与其生活、生产、生命、生态、生业休戚相关的文字及图形信息。(戴宗显,吕和发,2005:38)

定义二:英语中有 public signs 一语,汉语译名较为混乱,计有公示语、标记语、标示语、揭示语、警示语等。它是一种常见于公共场所的特殊文体,或用寥寥文字,或用简明易解的图示,抑或文字与图示兼用,表示对受众的某个要求或引起人们的某种注意。(杨全红,2005:41)

定义三:公示语是一种给特定人群观看,以达到某种特定交际目的的特殊文体。(贺学耘,2006:58)

定义四:公示语是在公共场所展示的文字,包括路标、广告、商品说明书、旅游指南、社会宣传、告示等。(罗选民,黎土旺,2006:66)

定义五:公示语是在公共场合向公众公示须知内容的语言,它包括标识、指示牌、路牌、标语、公告、提示语等。(丁衡祁,2006:42)

定义六:公示语是指在公共场所展示的文字,是给公众观看、以达到某种交际目的的特殊应用文体。(龙江华,2007:23)

定义七:公示语是在公共场所展示的文字,具有提供信息

和完成指令的功能和作用。具体而言,路标、广告、商品说明书、旅游指南、社会宣传、告示等都是公示语。(刘美岩,胡毅,2009:110)

其中,定义一因为较全面涵盖了公示语的受众、功能和表达形式而在国内译学界被广为引用而成为较权威的定义。鉴于学者们在公示语功能等方面存在的较多分歧,综合以上概念的要点,笔者将公示语定义为:

公示语是应用于公共场所、以公众为受众、具有一定交际功能和目的、以文字和图示为表现形式的特殊应用文体。

这一定义涉及公示语的应用环境、读者对象、表现形式,以及交际功能和目的,便于笔者在第二章中运用生态翻译学中的“翻译生态环境”和“整合适应选择度”等概念来分析和阐释翻译现象,也便于与系统功能语言学的语境论建立关联,以从宏观的语篇层面探讨翻译问题。

1.1.2 英汉公示语的语言特点

由于汉语和英语分属不同的语系,汉英公示语自然表现出诸多不同的语言特点。《现代实用英语例解》概括了英语公示语的五大特征:往往全部使用大写字母,不加标点;字数通常很少,最少的只有一个词;语言精炼,常用名词、动词或名词短语;有时使用祈使句;有时采用十分正式的文体(胡文仲,1987:1)。北竹和单爱民(2002:76)指出,英语公示语广泛使用名词、动词、动名词、词组、短语、缩略语、文字与标志组合、现在时态、祈使句、规范性和标准性词汇,以及部分本土色彩浓厚的词汇,从而构成英语公示语的独特语言风格。戴宗显和吕和发(2005:40-41)更是具体地总结了英语公示语的十大语言风格:一是名词的大量使用;二是动词、动名词的使用;三是词组、短语的使用;四是缩略语的使用;五是严格禁用生僻词汇;六是文字与图形标志共用;七是现在时态的运用;八是祈使句的使用;九是规范性和标准性词汇;十是简洁词汇、精确措辞。丁衡祁(2006:42)则认为英语公示语的特点可以总结

为 5C, 即 Concise(简洁)、Conventional(规范)、Consistent(统一)、Conspicuous(醒目)、Convenient(方便); 刘美岩和胡毅(2009: 110)认为英语公示语的特点是简洁、明了、正式、规范。而汉语公示语也有其自身的特点, 主要是字义浅显, 文字简约, 文体恰切。从风格考虑, 公示语主要具有简洁、规约和互文的特点, 并且有意动和“言后之力”的特点(罗选民, 黎土旺, 2006: 67)。

形式服务于内容、目的和功能。把握英汉公示语的语言特点, 有助于译者在翻译过程中有针对性地结合翻译生态环境中的相关要素就词汇选用、话语逻辑建构以及表达形式等进行选择, 从而服务于符合目的语表达规范且可读性强的有效交际译文的产出。

1.1.3 公示语的功能

翻译即交际。具有自身文本特征和特定交际目的的公示语必然彰显其应体现的交际功能。

关于公示语的功能, 国内学者也是仁者见仁, 智者见智。公示语具有指示性、提示性、限制性、强制性四种突出的应用功能(北竹, 单爱民, 2002), 同时在规范社会行为、调整人际关系、提高生产效率、威慑犯罪、激情励志、优化生存环境、构建和谐社会方面意义重大(王银泉, 2007); 还有施为功能(即提示人们做或避免做某事)(王银泉, 陈新仁, 2004); 戴宗显和吕和发(2005)在以上公示语的四大应用示意功能基础上, 还提出了城市公示语的七个特定功能, 即引发兴趣、提供信息、加深理解、促进行动、巩固形象、服务社会、防范犯罪。张美芳(2006)依据莱思的文本类型学理论将公示语的交际功能归结为信息型、表情型和感染型, 同时指出部分公示语具有复合型功能。其他学者还提出了不同的观点, 如提示功能、指令功能, 参照功能(罗选民, 黎土旺, 2006: 66); 公示语还具有感召功能(牛新生, 2007: 63)。

在以上提及的观点中, 公示语具有指示性、提示性、限制性、强制

性的应用功能观和依据莱思的文本类型学理论而厘定的信息、表情和感染的交际功能观在国内译学界影响较大。同时,笔者认为公示语具有感召功能的提法也颇具新意,至少为我们从不同的视角来看待和研究公示语有所启示。可以预见的是,随着新的译学理论及翻译观的出现,如生态译学理论、社会翻译学理论,以及和谐翻译观,包括其功能在内的公示语翻译研究仍然有巨大的拓展空间。

依据莱斯(Reiss, 1977/1989)的文本类型学理论和杨仕章(2006)的观点,笔者将公示语的功能表述为信息功能、情感功能和社会建设功能。

德国功能翻译学派的代表人物莱斯(Reiss, 1977/1989)将文本类型三分为信息型文本、表情型文本和操作型文本,曼迪(Munday, 2001: 74)将文本功能与对应的语言特点和功能特点相联系,见表 1.1:

表 1.1 文本类型的功能特点

文本类型 Text type	信息型 Informative	表情型 Expressive	操作型 Operative
语言功能 Language function	信息的(表达事物与事实) Informative (representing objects and facts)	表情的(表达情感) Expressive (expressing sender's attitude)	感染的(感染接受者) Appellative (making an appeal to text receiver)
语言特点 Language dimension	逻辑的 Logical	审美的 Aesthetic	对话的 Dialogic
文本焦点 Text focus	侧重内容 Content-focused	侧重形式 Form-focused	侧重感染作用 Appellative-focused
译文目的 TT should	表达其内容 Transmit referential content	表现其形式 Transmit aesthetic form	诱出所期望的反应 Elicit desired response

依据表 1.1,“接待中心”(Reception Center)和“电脑机房”(Computer Room)之类表达事物与事实的公示语具有信息功能。虽然表情型文本和操作型文本在语言特点、文本焦点和译文目的等方面表现不同,但从公

示语翻译的视角观察,两种文本类型的语言功能都是通过情感的传达来实现有效交际,笔者在此将二者合一并称之为“情感功能”,以区别于表情型文本的表情功能和操作型文本的感染功能。公示语的感染功能也可通过对杨仕章论及的言语功能的整合来体现。杨仕章(2006: 110)认为,结合文本的内容,言语具有理智信息功能、情感功能(直接调动文本接收者的情感世界)、美学功能(情感功能的一个特别分支,仅仅激发美的感受)和祈使功能(利用语言内容促使文本接收者实施某种行为,可细分为理性祈使功能、情感祈使功能和理性-情感祈使功能)等。其中的情感功能、美学功能和祈使功能与文本类型理论中的表情功能和感染功能基本吻合,也可以使用“情感功能”作为概称。使用“情感功能”的好处在于可以缓和学者们之间从微观层面探讨公示语感召功能或意动功能或移情功能的争执,也突出了公示语翻译以读者(受众)为中心的理念。

同时,翻译是一种社会活动,其社会任务在于保障间接的双语交际最大限度地接近普通的单语交际;相应地,为完成其社会任务的翻译就具有一定的社会功能(杨仕章,2006: 107)。我们不妨暂且使用“社会建设功能”来表述上文中提到的公示语在规范社会行为、调整人际关系、加深理解、服务社会、优化生存环境、构建和谐社会等方面具有的功能。公示语的社会建设功能表现之一在于促进人际关系和谐。

1.1.4 公示语类别

依据不同的分类标准,公示语的类别划分也多有不同。戴宗显和吕和发(2006: 39)依据示意功能区区分指示性公示语(如:票务与旅游中心 Ticket & Travel Centre)、提示性公示语(如:限高 3.3 米 RESTRICTED HEIGHT 3.3M)、限制性公示语(如:施工现场 禁止入内 Construction Site Keep Out),和强制性公示语(如:禁酒区 Alcohol Free Zone)。丁衡祈(2006: 42)将公示语分为提示性(Information)、指示性(Instructions)、告示性(Notices)、警告性(Warnings)四类。龙江华

(2007: 23)将公示语分为两大类十一小类,即标准公示语(静态类公示语、动态类公示语)和非标准公示语(公共场所中文名称、旅游类公示语、广告语、标语口号、商标品牌、企业简介、产品说明书、菜名、名片等)。卞正东(2005: 27)则依据表现形式将公示语分为标牌类、口号类、标识类、说明类。杨永林和鲁碧珍(2011: 53)更是将标识类公示语细分为通用标识(General Signs)、指示标识(Directory Signs)、街名标识(Street Name Signs)、交通标识(Traffic Signs)、消防标识(Fire Signs)、安全标识(Safety Signs)、通告标识(Notice Signs)、提示标识(Caution Signs)、警示标识(Warning Signs)、危险标识(Danger Signs)、体育旅游标识(Sports & Travel Signs)等十一个类别。吕和发和单丽平(2004)编撰的《汉英公示语词典》根据公示语的使用范畴和行业区分类别,包括通用公示语(Signs and Slogans)、旅行(Traveling)、饮食(Catering)、住宿(Accommodation)、游览(Visiting)、娱乐(Recreation)、购物(Shopping)、讯息(Communicating)、职称职位(Titles and Positions)、组织机构(Organizations)、行业行当(Trades and Professions)等。

笔者主张依据应用公示语的行业来分类,如旅游公示语、交通公示语、消防公示语、餐饮公示语、物流公示语、金融公示语、会展公示语、房地产公示语、广告公示语等。因为基于行业的公示语分类相对宏观,也便于进一步细分,如交通公示语可以依据交通类别细分为铁路交通公示语、公路交通公示语、水运交通公示语、航空交通公示语等;更为重要的是,应用于不同行业的公示语在信息内容、语言、功能、展示形式等方面表现出不同的特征。

1.1.5 公示语翻译原则

翻译原则分为适用于所有翻译过程的普遍原则和只适用于特殊情形的特殊原则。关于普遍原则,国外首推泰勒特的“翻译三原则”,即译文完全复写原文的思想、译文的风格和手法应和原文属同一性质、译文应

具备原文所具有的通顺；而国内当属严复提出的“信、达、雅”三准则（甘成英，2008：2）。公示语汉英翻译原则是适用于具有自身的语言特点和功能的汉语公示语应用文本英译的特殊原则，国内学者对此已有相当多的研究和论述。倪传斌和刘治（1998：21）认为公示语翻译应遵循三条原则：让普通读者一看就明了，译文表达上的简洁和语气得当；王银泉和陈新仁（2004：82）提出了约定俗成是标识语英译中不可忽视的翻译原则；陈建平（2005：66）提出“准确、规范、简练”的标志用语翻译原则；倪晶（2005：169）则提出了标示语翻译要具备简洁明了、语气得当、翻译规范和适度幽默四原则；戴宗显和吕和发（2005：38）指出：功能对等、情境相同、对象一致、目标明确、转换对应是在语境全球化条件下公示语汉英翻译所应遵循的原则；贺云耘（2006：58）也强调，运用公示语交际翻译策略，应注意以下三个方面：熟知公示语的语言特点，力求译文简洁明了；了解公示语的功能意义，尽量遵循借译原则；掌握英汉文化差异，将译文读者的文化习惯放在首位；刘法公和徐蓓佳（2008：47）提出公示语汉英翻译三原则则是简洁、统一和易懂。李玉良和于巧峰（2008：44-45）提出的汉语标识语英译的七个原则为准确性原则、简洁性原则、语境优先原则、礼貌性原则、跨文化传统原则、警示性原则和保护性原则。以上公示语翻译原则都有其自身的科学性和理论指导作用，但在翻译实践中实用性和可操作性不够，并且缺乏有效性和针对性，往往使得译者把握住了某一两个原则，却忽略或违背了其他原则。笔者认为汉语公示语英译应主要遵循以下四个原则：传意性原则、互文性原则、简洁性原则和移情原则。

李玉良和于巧峰（2008：44-45）提出的汉语标识语英译的七个原则中，准确性是翻译本身的基本要求和应有之意；语境优先原则凸显了语境在公示语翻译中的重要性，然而语境只是影响翻译的非语言因素之一，翻译的目的性等同样不可忽视；礼貌性原则的应用是为了“体现对受话人的尊重与宽容、平等与信任”，可交通公示语“严禁酒后驾驶”（DUI Prohibited）

恐怕无法适用该原则,这说明礼貌性原则的使用是有一定范围的,并且其论文译例“电梯故障停运正在维修,请原谅”(Escalator under repair. Sorry for the inconvenience.)中,“Sorry for the inconvenience”与中文“请原谅”对应,并不能体现礼貌性原则;跨文化传统原则作为翻译原则也有待探讨,因为翻译是一种不同语言之间的跨文化交际行为,“了解两种文化及其思维上的差异,在翻译时顺从受众的文化习惯和思维方式”以实现标识语的交际意图,这是翻译力求等效交际的客观要求;公示语具有指示性、提示性、限制性、强制性等多种社会功能,用警示性原则无法囊括公示语的社会交际功用;保护性原则的提出是因为“英语翻译的标识语本身即是对我国思想文化的一种宣传”,而对于其论文中列举的“禁止随地吐痰”和“禁止乱写乱画”等“有损我国公民现象”的文化有保护的必要吗?

英译汉语公示语是一种给特定人群——外国朋友观看以达到某种特定交际目的的特殊文本,其目的在于帮助在华外国朋友更方便地学习、工作、旅游和生活。同时,公示语主要具有意动和“收言后之力”的特点(罗选民,黎土旺,2006: 67),就是说,英译的汉语公示语传达的信息要被受示人(英语读者)理解和接受,从而产生相应的意动功能,即受示人理解了指令并做出相应的正确行动。因此,译者在翻译公示语时应采用交际翻译策略,将译文读者放在第一位,保证读者理解和接受信息,实现公示语应有的指示、提示、限制或强制等社会功用,以达到交际目的。交际翻译强调以译文读者为中心,注重接受者的理解和反映,即信息传递的效果:目的语读者获得与源语读者同样的效果(Newmark: 2001)。传意性原则、互文性原则、简洁性原则和移情原则则能够更好地顺应公示语交际翻译策略并充分关照目的语读者,对公示语汉英翻译实践有较强的理论指导作用。