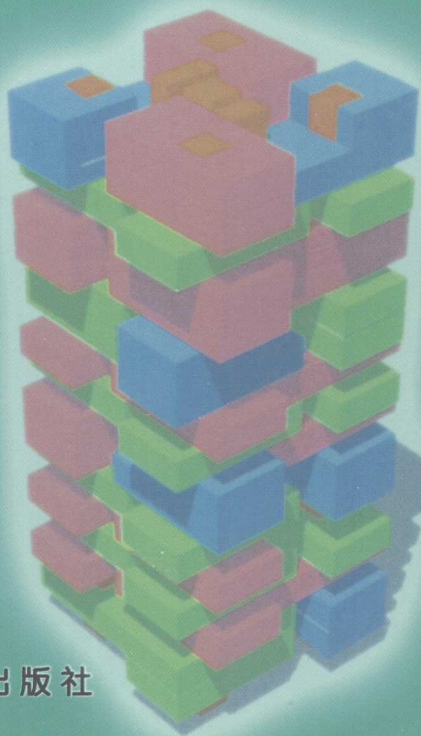


文化与翻译

北京第二外国语学院英语系 宿荣江 著



 中国 社会 出版 社

文化与翻译

宿荣江 著

 中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

文化与翻译/宿荣江著. —北京:中国社会出版社,
2009.4

ISBN 978 -7 -5087 -2460 -7

I.文… II.宿… III.翻译理论—研究 IV.H059

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第037942号

书 名:文化与翻译
著 者:宿荣江
责任编辑:郑 术 赵二冬

出版发行:中国社会出版社 邮政编码:100032

通联方法:北京市西城区二龙路甲33号新龙大厦

电话:(010)66080300 (010)66083600

(010)66085300 (010)66063678

邮购:(010)66060275 电传:(010)66051713

网 址:www.shcbs.com.cn

经 销:各地新华书店

印刷装订:北京市优美印刷有限责任公司

开 本:147mm×210mm 1/32

印 张:3.25

字 数:80千字

版 次:2009年5月第1版

印 次:2009年5月第1次印刷

定 价:9.00元

前 言

语言是文化的组成部分，其演变、使用和表达方式就必然受到所处文化环境的影响和制约。翻译教学和研究的过程不应仅是对语言简单转换的研究，更应成为对文化构成中诸因素研究的过程。因此，在探讨译文的“信、达、雅”时，如果译者疏忽了对语言所涵盖的社会文化背景的传达，不了解在跨文化的环境中相同的词语可以产生多层次的含义，或各异的词语又可赋有相近的含义，就谈不到译文的真实性或所谓的忠实原文。

改革开放以来，随着我国投资环境的日渐成熟和国民经济的稳固发展，外商及外资企业已步入到我国经济领域的各个层面，它们锁定了在未来中国的发展目标，并筹划着取得利润的途径。这种经济的快速发展对语言学家和翻译人员也带来了巨大的文化冲击和影响。因为风格各异的经营模式伴随着迅速的产品更新换代。而企业文化的浪潮不仅给我国的行业管理和经营带来了全新的经营理念和管理思维，研究并约定俗成中英语言对译的途径和相关词句的译法已经引起翻译界同仁的关注。

同时，将我国的文化深厚底蕴发扬光大也是弘扬我们民族文化，汲取国外创新思维，剔除糟粕的重要环节。同时，也是展示国内翻译领域水准的绝佳机会。为此，本专著借用文化与翻译间的关系为探讨议题，细数翻译过程中文化因素所起的重要作用。

文章借用了多方例证来阐明文化与翻译间的关系，在此向所引用的书籍作者致谢。同时望得到翻译界同行的指正。

作者于

北京第二外国语学院英语系

翻译学研究中心

2009年3月

目 录

第一章	翻译过程中的文化兼容	(1)
第二章	翻译标准尺度的制定	(12)
第三章	文化与翻译标准的多元化及互补性	(25)
第四章	翻译教学与翻译研究	(33)
第五章	中西思维差异对翻译的影响	(40)
第六章	习语翻译过程中的中英文化差异	(45)
第七章	翻译再创造过程中的归化与异化	(53)
第八章	文化差异与篇章句式翻译	(60)
第九章	非文学翻译中的文化因素构成	(68)
第十章	文化因素对时政应用文体翻译的影响	(80)

第一章 翻译过程中的文化兼容

1.1 文化与翻译的关联

语言是文化的组成部分，其演变、使用和表达方式就必然受到所处文化环境的影响和制约。因此，在探讨译文的“信、达、雅”时，如果译者疏忽了对语言所涵盖的社会文化背景的传达，不了解在跨文化的环境中相同的词语可以产生多层次的含义，或各异的词语又可赋有相近的含义，译文的真实性或所谓的忠实原文，就会大打折扣。

改革开放以来，随着中国投资环境的日渐成熟和国民经济的稳固发展，外商及外资企业已步入到我国经济领域的各个层面，它们锁定了在未来中国的发展目标，并筹划着取得利润的途径。风格各异的经营模式伴随着迅速的产品更新换代，这一企业文化的浪潮不仅给我国的行业管理和经营带来了全新的经营理念和管理思维，而且对语言学家和翻译人员也带来了巨大的文化冲击和影响。研究并约定俗成中英语言对译的途径和相关词句的译法已经引起翻译界同仁的关注。这是弘扬我们民族文化，吸取国外创新思维，剔除糟粕的重要环节。也是展示该领域翻译水准的绝佳机会。

大卫·卡坦 (David Katan) 认为，译者是一名文化中介 (the Cultural Mediator)，他的作用是一条纽带，联结着使用不同语言，文化背景各异的群体。译者的任务是通过语言的表达和意向完美地在语言和文化各异的群体间建起沟通的桥梁。塔夫特 (R.

Taft) 则更加具体地为译者设置了四项能力要求。即:

1. 对于相关社会的了解: 历史、民俗、传统、习惯、价值、禁忌、自然环境及重要性, 相近群体, 社会中具影响力的人们等;

2. 沟通技巧: 笔语, 口语, 非语言沟通;

3. 实际专业技巧: 计算机知识等;

4. 社会技巧: 对于社会中左右各关系和情绪的惯例的了解。

综上所述, 翻译不仅是语言的简单转换, 更应成为文化的沟通。人类文化的共性, 可使语言的转换成为可能, 但各具特色的文化个体, 又对我们进行完美的转换提出了挑战。

1.2 文化关联对翻译视角的制约

在翻译的过程中, 文化视角的转变和位移往往导致译文文体和修词的变化。

例: 每位经理都应关心自己的员工。

1. Every manager should care about his own staff.

2. Managers should care about their own staff.

表面看, 两句译文只是变换了主语的数和相关的代词, 但是在实际企业运作中, 出于对管理者性别的平等考虑和承受, 一般都采取第2个译法。即常说的“gender inclusive”。

在与客户交流的过程中, 人文思想的关注视角则更为突出。如在重要会议或展厅入口处的一句常见提示: 来访者需打开提包, 供安检人员检查。

3. Every visitor should open his bag for security check.

4. Visitors should open their bags for security check.

5. All bags are subject to security check.

第4句译文虽然关注了“gender inclusive”的转变, 但却未考

虑到来访者的心理承受，而第 5 句译文则采取了“对事不对人”的惯例，较为正式、委婉地表达了入场前的要求。

又如员工手册或雇用合同中的提示：员工的偷窃行为将直接导致开除。英文处理为：Any theft activities will result in the immediate termination. 很显然，此句中不应以“employee”为主语，也不可能使用“fire”或“sack”等非正式用语取代“termination”。

1.3 文化关联与词语的选择

文化关联对视角的制约还充分体现在词语的选择应用中。例如传统的招呼用语：“May I help you?”在众多大公司企业的 SOP (Standard Operation Procedure, 标准运营程序) 中已演变为“How may I help you?”

这类词语的选用和翻译集中体现了工商企业行文的正式和礼节性，并体现了对于客户的人文关怀，而且有日渐增加的趋势。对于这种行文句式，翻译者应能入乡随俗，并清楚地认知“社会以至整个人类文化的进步离不开外域文化的促进，催发和启迪”（刘宓庆，2003：338）。译者应有意识地向读者介绍各类域外的文化语言形式及表达法和思维模式，从而完成文化中介的使命。

企业界的各种培训名目和术语繁多，大致分为 General Training (常规培训) 和 On Job Training (岗位培训)。目的旨在延续本企业的文化，培养增强员工技能，从而最大可能地增加企业利润。各级员工或管理人员入职时都要经过 2 ~ 5 天的 Orientation (入职教育)。培训结束后可得到培训部签发的 Training Pass (培训记录册) 以证明受训的性质和时间。培训领域所使用的术语常带有本企业文化色彩，下面三个句子为例：

1. A written Instructor's Manual is available and it contains transparency masters for the Angles.

2. To your employees, whether line functions or staff functions, you represent management, authority, directions, discipline, delegation, time off, more money and advancement.

3. The task force in the secondment is a critical path of our smooth simulation, soft and finally successful grand opening of our new property in the region.

例句 1: transparency masters 译为投影机使用的原版胶片, Angels 是指集团培训的总培训师们。

例句 2: line functions 指直接与客户交往的各级一线员工, staff functions 是指负责本企业员工各项事物的部门或员工, 他们不直接参与同客户的交往, 如人力资源部、培训部和员工餐厅的人员等, 常被译为员工支持部门。time off 指结束工作的时间。

例句 3: The task force 指跨国企业充分利用本系统的人力资源, 进行区域间的临时性人员调动帮助本企业在其它地区的分支系统工作。这些人员具有较高的专业知识及培训技巧, 译为特任小组。Simulation 译为模拟开业。

其它培训专业术语如:

Buddy system	传、帮、带
JIT (Job instruction training)	操作培训
Job description	岗位职责
Job setting	工作环境
Just cause termination	因工作疏忽而被降职
Pretest	岗前测试
Single - use training plan	一次性培训计划
Summative evaluation	培训结果评估
Merit raise	晋级提升

1.4 文化与语言翻译的协调

谈及到文化与语言翻译及产品的协调和融合性,快餐巨头麦当劳可谓独具匠心。一只汉堡在挪威被称为 McLaks (汉堡加烤三文鱼和辣酱),在日本称为 Chicken Tatsuta (汉堡加炸鸡配酱油和生姜),在新西兰叫做 Kiwi Burger (汉堡加炸鸡蛋白和牛肉片),在泰国推出 Samurai Pork Burger (汉堡加日式烧烤汁),在乌拉圭起名为 McHuevo (汉堡加煎鸡蛋),在菲律宾配制了 McSpaghetti (意式面条加香肠)。该公司在 1974 年推出有史以来最为著名的广告词: Two all beef patties special sauce lettuce cheese pickles onion on a sesame seed bun. 同时,由位于伊利诺斯的麦当劳汉堡大学协调全球各区域的分公司将该广告译成上口的当地语言,并鼓励当地儿童在十秒钟内背诵全文而得到一个免费的汉堡。由此编织出一张巨大的战略营销网。

很显然,商界的经营者正是通过文化的渗透和传输,利用语言和产品的融合,最大限度地左右消费者的购买行为,最终达到其经营利润目标。难怪大卫·卡坦在其《文化翻译——笔译、口译及中介入门》一书中反复引证麦当劳的经营策略及对文化产生的冲击。指出:“McDonaldization”的原则开始主宰着美国社会的更多层面并普及到整个世界 (Katan, 2004: 21)。

1.5 组织结构和职位翻译

跨国集团在组织结构设置中坚持以人为本的理念,充分考虑外部客户 (external customer) 和内部客户 (internal customer) 之间的关系,最大限度地削减成本以提高效益。传统的组织机构中的职位的译法随着行业的发展和与对象国家的文化互融,产生了

变量较大的译文处理，如 president 除了总统和校长外，在行业中常被译为总裁，但执行总裁是 Managing Director。再如，chairman 在职位 Board Chairman 中应译为执行董事。类似的例子如：

CEO 首席执行官
CIO 首席信息官
CFO 首席财务官
COO 首席运营官

GM (General Manager) 总经理下分设副总经理，由于副总经理们的背景经历各不有不同，总部赋予的职责和 title (职称) 也各不相同。以酒店业为例：GM 总经理下可能设：

HM (Hotel Manager) 酒店经理
RM (Resident Manager) 驻店经理
EAM (Executive Assistant Manager) 行政助理经理
DGM (Deputy General Manager) 副总经理

高层次的管理人员又常常冠以副称号以示其主管的特殊领域，如：

EAMic Food and Beverage 译为：主管餐饮的行政助理经理
DGMic Rooms 译为：主管客房部的副总经理

EAMic Catering and Convention Services 译为：主管宴会销售的行政助理经理

Director of Sales - Corporate 集团销售总监

副总经理下设 Directors (总监)，各部门的总监称呼和译法包括：

HRD (Human Resources Director) 人力资源总监

DTSD (Director of Training and Staff Development) 培训与员工发展总监

DOM (Director of Marketing) 市场总监

DOS (Director of Sales) 销售总监

PD (Purchasing Director) 采购总监

DORD (Director Of Research and Development) 研究与发展总监

FC (Finance Controller) 计财部总监

CE (Chief Engineer) 工程部总监

中下层次的职位职称的英文原文和译法是企业集团中变化较大的一部分。在这部分,英文的传统称呼和职位出现了以客户为主导的趋势,降低了职位称呼的专业等级色彩。但中文的译文还基本保持着过去传统的译法。如传统的 PR (Public Relations) 公关部,现在分为 Government Fairs (政府事务部),主要负责企业与当地政府之间的事务协调和 Communications (公关部),负责企业与客户之间的联系。目前,PR 也在逐步被 Communications 所取代,成为公关的代词。再如,Market (市场营销) 和 Communication (公关部) 现在常合并成为 MarkCom。更强调市场与客户沟通的重要性。

这一层次的译法还存在内外的双译性,即对外公开的译法和企业内部译法。如员工手册统一译为 Employee Handbook (强调内部性),而对客户而言,公司的每一名员工不论职位高低统一译为 Staff。对内而言的 Supervisor (主管) 则演变成为客户面前的 Team Leader (团队组织者)。同样,公司内部员工从司机到清洁员都成为客户面前的 GA (Guests Associates) 或 SA (Service Associates) 客户助理。其目的就是在客户面前淡化集团内部的等级制度,最终要求每名员工都成为一名 GRO (Guest Relations Officer, 客户关系协调员) 从而避免员工相互推卸责任。

1.6 步出译者的自我舒适区

掌握了语言能力是否就等于拥有翻译能力? 张美芳指出,有

的翻译课已经到了名存实亡的地步，一些翻译教科书的相当一部分内容好像是抄语法课的夹生饭，翻译课似乎是语法课的延伸或附庸，看不出翻译这门学问有什么独特的内容和地位。王宗炎明确表示：“教学翻译（把翻译课作为外语教学的一个项目）和翻译教学（把翻译课作为特定的实务训练）是截然不同的两回事。”（张美芳，2001：序）从语言的功能和其交际的视点出发，人们普遍认为译文的加工过程重点应在于信息的转达，而非文字的对换。

但一些翻译教材却申明，掌握翻译技能的最有效的办法是引导读者深刻认识英语同汉语的差别，掌握英语句子构成和变化的规律。这一观点无疑是简化了翻译的工作程序，忽略了句子构成的基本要素——词。在翻译教学中，教师常用的一面挡箭牌是：教师只负责语言和句式的分析，其它相关知识不属于讲解的范畴。这一做法的起因，归于文化碰撞冲突所导致的词语的矛盾交叉，使教学活动的主体——教师步入了非舒适区，形成了翻译教学中的“不可译性”（untranslatability）。长此以往，翻译教学的主体一方只是固守自我的语言舒适区，苍白地解释语言点，难以深化翻译课的层次。这里不妨提示的是：“翻译永远存在一个译者本人（主体）的综合素质问题。”（刘宓庆，2003：186）“语言能力并非等于翻译能力。”（Healey，1978：54）奈达也提出，一些人假设，能熟练地讲两种语言的人一定是好译员，其实不然。（Nida，1979：215）举“汤”一词为例，常用的“soup”随着文化背景的改变而延伸至“beef broth”（牛肉汤）“consommé with morel”（肉汁蘑菇汤）“crab bisque”（鲜蟹汤）“lobster bisque”（龙虾汤）和“chicken stock”（鸡汁原汤）。可见文化和习俗的各异直接决定了译者对词语的选择。

以人力资源管理方面的词汇翻译为例，这类词汇主要涉及劳资双方合同文本的签定，劳资双方各自的法规和利益，政府行政

命令和地方政府部门的地方性政令。中英互译时可供译者发挥或再创造机会十分有限，译法要准确地反映原文，但又不允许硬性地逐字翻译，因此翻译的难度较大。

举“津贴”二字为例：常见的译法有 benefit, allowance, fringes。但三种译法各有侧重。Benefit 含意是根据当地行政法规或政令所应提供的津贴或补贴，如住房基金、医疗保险、养老保险等，统称为 social benefits。政府行政命令范畴之外的企业公司内部所提供的津贴如工作餐补贴、住房补贴、服装津贴则译为 Meal allowance、Housing allowance、Uniform allowance。而其它小项补贴如外出办公的出租汽车费用和节假日的补贴则通译为 Fringes。

对于供职于美国公司的员工，普通员工与管理人员在薪金报酬上分别被称之为 Nonexempt employees 和 Exempt employees。Nonexempt employees 指业主应当根据联邦政府和州政府的有关规定按小时付酬。如有加班的工时，则应根据相关法规加倍付酬。而 Exempt employees 的定义是每日工作量中的 5% 以上的时间从事于管理性的工作并亲自管理两名以上的普通员工，并且每周的平均薪金为 250 美元以上。这类管理人员在企业公司工作时不受联邦政府和州政府的各种工时和加班政令的约束，因而不存在任何加班。目前，在中国经营的外商独资或合资企业公司在劳资双方签定劳务合同时常常选用这两个词。Nonexempt employees 即译为普通员工，Exempt employees 通译为管理层人员。Salary 和 Wages 这两种收入形式就译为薪资以示区别。

企业中人力资源管理另一常用的词是责任，即英文 Responsibility，但这是指管理层对部下应负的责任。当上层管理人员委派属下任务时，接受任务的人员就自然地应对上司及所授的工作负责，而这种对上的负责则应使用 Accountability。类似的约定俗成的译法如：

文化与翻译

Boomerang management	飞标式管理（只会实际操作，缺乏管理技能）
Conceptual skill	宏观管理技巧
Controlling	监控
Dehiring	劝退（避免开除员工而劝其主动辞职）
Delayer	精简机构
Direct recruiting	直接录用（从学校中）
Employee appraisal interview	员工评估面谈
Employee referral	员工推荐
Executive search	高级管理招聘
Formal leader	正式领导（具有职位）
Graduate recruitment	大学毕业生招聘
Informal leader	非正式领导（无职位，但有威信）
Job posting	内部空缺
Job specification	工作细则
MBWA - Management by walking around	现场管理
Management trainee	见习经理
9, 9 Style of leadership	鼓励员工参与的领导艺术
Obstacle thinking	消极思维

第一章 翻译过程中的文化兼容

Opportunity thinking	积极思维
Span of control	员工管理的范围
Technical skill	微观管理技巧
Uniform Discipline	一视同仁的纪律
Walk - out interview	离职面谈

第二章 翻译标准尺度的制定

2.1 标准尺度的制定原则

语言的存在和发展依附自身所处文化环境的扩展和制约。对于文化与翻译理论研究及实践操作之间的关联是近十多年来在翻译研究领域中受到关注的议题。1990年，苏珊·巴斯内特（Susan Bassnett）和安德列·勒菲弗尔（Andre Lefevere）率先推出“文化转向”（Cultural turn），为翻译研究设定了新的界限。由此，翻译界中对文化与翻译间的关联研究逐日升温。

在谈及翻译标准尺度的制定时，翻译教学界的语言管理驾驭能力学说的代表人物博依茨（Richard Boyatziz）（1982）提出语言翻译的过程除使用传统的翻译创作技巧外，还应考虑到翻译动机，译者特质，语言转换技巧和对语言的总体认知，即对语言的全面驾驭能力的要求，使翻译过程附带企业管理的色彩。

自主创新是行业能够参与全球竞争的“通行证”。无论以任何标准测量，这一趋势都方兴未艾。行业的这种研发和生产模式促成了其产品的特殊性，造就了独具特色的企业文化，同时也对语言翻译提出了更新的理解要求和使用的标准。作为文化中介的翻译者应该学会步离自我的思维舒适区，去研究对象语言及原文作者的思维活动和表达意识，调整自己的译文。否则将失去画龙点睛的机会，甚至会与原文南辕北辙。翻译的过程由此从简单的查阅和表现上升为更高层次的步骤：界定问题→查询收集信息→分析界定变量因素→筛选过滤数据→罗列多项结论→做出正确选择