

中国翻译市场 发展60年研究

田传茂 ◎ 著

中国社会科学出版社

中国翻译市场 发展60年研究

田传茂 ◎ 著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国翻译市场发展 60 年研究/田传茂著. —北京:
中国社会科学出版社, 2019. 3

ISBN 978-7-5203-4063-2

I. ①中… II. ①田… III. ①翻译—服务业—发展—研究—中国
IV. ①H059

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 027398 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 郭晓鸿
特约编辑 刘晓茹
责任校对 夏慧萍
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010-84083685
门 市 部 010-84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2019 年 3 月第 1 版
印 次 2019 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 32.75
插 页 2
字 数 433 千字
定 价 118.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话:010-84083683

版权所有 侵权必究

前 言

本书采用描述分析的方法对中国（大陆）翻译市场 60 年（1949—2009）的发展变化进行了初步研究。整个翻译市场被分为计划经济时期的翻译市场（1949—1977）、经济转型时期的翻译市场（1978—1992）和市场经济时期的翻译市场（1993—2009）。中国翻译市场发展的总体趋势是翻译服务从计划走向自由竞争。

计划经济时期的翻译市场是一个封闭型市场。在这个时期，翻译市场不对社会开放，国家是唯一的翻译服务对象；国家之外的个人或组织在当时几乎不需要翻译服务，偶尔产生的翻译服务需求由国家指定的机构完成。经济转型时期的翻译市场逐渐由无差别的市场向有差别的市场过渡，即计划经济时期同质的公益性翻译市场逐渐转向经济转型时期公益性翻译与商业化翻译并存的异质市场。引起这一时期市场性质变化的关键因素是以社会为依托、服务面向全社会的翻译公司的出现。翻译公司的出现改变了计划经济时期国家作为所有译者“赞助人”的状况。市场经济时期的翻译市场保持了经济转型时期市场的异质特征，但是在市场经济时期的翻译市场中公益性翻译市场板块所占比重逐渐缩小，而商业化翻译市场板块的比重不断扩大。商业化翻译取代公益性翻译成为市场的主导服务方式。公益性翻译市场的缩小并非政

府公共翻译服务需求减少,相反,这一市场板块的需求正在迅速扩大。但是,越来越多的政府机构倾向于将翻译业务外包给翻译公司、本地化公司以及自由译者,而不像计划经济时期那样全部由本单位的专兼职译者承担。

比较计划经济、经济转型和市场经济时期的翻译市场,从翻译策略看,整体上由归化转向异化;从翻译服务实体看,过去单一的政府和企事业单位内部的语言翻译部门逐渐演变成现在公共翻译机构、翻译公司、本地化公司等并存的局面;从价值规律作用看,公益性翻译极大地削弱了价值规律对市场供求关系和价格的调节作用,而商业化翻译使价值规律对翻译成本、价格、利润等的作用回归本位,翻译服务的市场机制逐渐完善;从翻译服务规范看,在公益性翻译服务的语境下,个别部门可能有翻译工作的规章制度,但整个行业未建立行规行约,而商业化翻译市场的发展壮大使翻译服务经营企业自觉地联合起来,建立本行业的各种规范和标准,并在行业协会和国家有关部门的组织和领导下,发布了对整个行业具有指导作用的翻译服务国家标准;从业务流程看,公益性翻译服务中除了个别重大翻译项目(如“毛著”翻译)外,一般并无明晰的翻译业务流程的管理和监控,翻译工作由译者单独或分工完成,而在商业化翻译服务中,业务流程比较严密,每一个环节都有专人负责,翻译服务产品的生产类似流水线生产。从译者角度看,计划经济时期的专兼职译者都是国家机关、政府部门、国有和集体企事业单位的工作人员,一切服从国家分配和安排,翻译工作在部门内部、跨部门或多部门合作中完成;经济转型时期和市场经济时期开始出现越来越多的不依附于国家的专兼职译者,他们要么是受雇于自己的自由译者,要么是受雇于翻译公司、本地化公司等私营企业的专兼职译者,在经济上相对独立或具有较大的自主权,与客户、翻译公司通常是一种建立在契约之上的合作关系。从客户看,公益性翻译服务的客户比较特殊,本质上体现为国家和政府,客户的意志凌驾于译者之上,客户与译者之间是一种不对称、不平衡的关系;在商业化翻

译语境中,客户表现为有翻译服务需求的个人、企业、组织或政府有关部门,客户、翻译公司、译者之间是一种平等的契约关系,其经济关系完全服从于价值规律。从译者态度和动机看,公益性翻译服务中的译者不以追求经济利益为最终目的,而是将为人民服务、为革命事业献身作为自己神圣的使命;商业化翻译服务中的译者则以追求经济利益为最终目的。从服务内容看,计划经济时期的翻译服务比较单一,主要表现为专兼职译者向国家提供口笔译服务;市场经济时期,翻译服务内容发生了巨大变化,传统的口笔译服务发展成为多元化的语言服务。本地化服务、翻译工具研发与生产、语言翻译培训、多语咨询服务等成为翻译服务的新生内容。翻译服务上升成为语言服务产业。

中国翻译市场由封闭型向开放型转变是由国家方针政策,国家对翻译工作的干预,社会文化规范及行业规范的变迁,译者动机的变化以及信息化、全球化、本地化等诸多内外因素的合力作用促成的。从翻译市场的发展趋势看,网络信息技术的发展使翻译服务更加便利、效率提高,经济全球化和互联网内容的增长使翻译服务需求日益增多,翻译市场规模不断扩大。

目 录

第一章 绪论	1
第一节 研究问题	3
第二节 研究假设	5
第三节 研究内容	6
第四节 研究方法	9
第二章 翻译市场研究方法概览	24
第一节 国外研究方法综述	24
第二节 国内研究方法综述	52
第三节 研究局限与研究难点	63
第三章 翻译市场概述	68
第一节 翻译市场的定义、性质与特点	69
第二节 翻译市场的要素	82

第三节 翻译市场现状	89
第四章 计划经济时期的翻译市场	110
第一节 市场的性质与特点	113
第二节 市场概述	116
第三节 本章小结	154
第五章 转型时期的翻译市场	155
第一节 市场的性质与特点	156
第二节 市场概述	159
第三节 新兴市场的萌芽	188
第四节 本章小结	198
第六章 市场经济时期的翻译市场	201
第一节 市场的性质与特点	202
第二节 市场概述	207
第三节 传统翻译市场	208
第四节 新兴语言服务市场	238
第五节 本章小结	331
第七章 翻译市场差异与成因分析	334
第一节 翻译市场差异	334
第二节 成因分析	343
第三节 本章小结	391

第八章 翻译市场的发展趋势	392
第一节 市场规模扩大	393
第二节 市场的分级化	401
第三节 经营方式创新	404
第四节 语言技术革新	412
第五节 市场环境改善	419
第六节 校企合作加强	425
第七节 市场国际化程度提高	426
第九章 结论	429
第一节 主要研究发现	429
第二节 研究局限	436
第三节 研究建议	438
附录一 60 年新中国翻译服务大事记	442
附录二 翻译市场关键词对照表	451
附录三 翻译市场研究要目索引	470
参考文献	485
索 引	506

图 目 录

- 图 1-1 翻译市场的构成要素
- 图 1-2 翻译市场研究方法架构
- 图 1-3 翻译市场理论分析模型
- 图 2-1 全球翻译公司和自由译者数量及其所占市场份额
- 图 2-2 不同规模翻译公司数量及其所占市场份额
- 图 3-1 语言信息的转换传播过程
- 图 3-2 全球语言服务市场各板块所占比例
- 图 3-3 全球语言服务市场地区分布
- 图 3-4 语言服务市场的全球分布
- 图 3-5 2005 年全球语言市场需求
- 图 3-6 热门语言对的译员人数及所需工作量
- 图 4-1 邓小平在办公室阅读《参考消息》
- 图 5-1 一汽-大众汽车有限公司成立大会
- 图 5-2 翻译公司业务流程
- 图 5-3 翻译质量控制流程
- 图 6-1 2000—2011 年全国语言服务企业发展数量及未来 4 年发展预测
- 图 6-2 全国语言服务企业分类统计

图 6-3 全国内资私营语言服务企业分类统计

图 6-4 全国内资非私营语言服务企业分类统计

图 6-5 1980—2011 年港澳台资及外资企业占全国语言服务企业比例

图 6-6 按注册资本规模划分的企业数量统计

图 6-7 全国语言服务企业注册资本规模统计

图 6-8 2000—2011 年新增企业注册资金总额统计

图 6-9 全国语言服务企业区域分布统计

图 6-10 全国语言服务企业注册资本规模与消亡率统计

图 6-11 2000—2011 年消亡企业生命周期统计

图 6-12 语联网示意

图 6-13 语联网驱动逻辑示意

图 6-14 语联网框架示意

图 6-15 美国可口可乐公司广告

图 6-16 一般本地化翻译项目流程示意

图 6-17 文思海辉公司的服务外包交付模式

图 6-18 艾朗公司的项目流程控制程序

图 6-19 有道词典查词结果示意

图 6-20 有道词典网页翻译示意

图 6-21 原文、译文左右表格对照翻译界面示意

图 6-22 原文样式示意

图 6-23 译稿样式示意

图 8-1 中国企业对外直接投资快速增长

图 8-2 “翻译服务诚信单位”铜牌

图 8-3 软件敏捷本地化模式

图 9-1 翻译市场理论分析修正模型

表 目 录

- 表 2-1 全球和欧洲翻译市场规模估计数字
- 表 3-1 2011 年全球语言服务提供商排名
- 表 3-2 国内重要的翻译公司和本地化公司
- 表 6-1 人民文学出版社获奖翻译图书统计
- 表 6-2 十大文学经典 60 年翻译分布情况
- 表 6-3 笔译价目 (表中“字数”指中文字数)
- 表 6-4 口译价格
- 表 6-5 2003 年北京地区各语种口笔译价格
- 表 6-6 2003 年上海地区主要语种口笔译价格
- 表 6-7 2003 年广州地区主要语种口笔译价格
- 表 6-8 2003 年武汉地区主要语种口笔译价格
- 表 6-9 国内翻译公司与本地化公司业务运作方式比较
- 表 6-10 职业译员与非职业译员翻译速度等对比
- 表 7-1 众包翻译模式与传统翻译模式比较
- 表 8-1 语言服务业主要业务领域市场份额变化
- 表 8-2 语联网翻译与传统翻译比较

第一章 绪论

据《中国语言服务业发展报告 2012》(以下简称《报告 2012》), 2011 年我国语言服务业年产值达约 1576 亿元, 语言服务企业共有 37197 家, 从业人员约 119 万, 另有兼职人员 330 余万。^① 这表明, 我国的语言服务作为一项产业已初具规模。在经济全球化背景下, 语言服务作为一种新兴的服务形态已渗透社会经济生活的所有领域, 成为我国加大改革开放、加速融入全球一体化经济的关键产业和基础性产业, 也是中国文化走向世界的战略性产业。语言服务的产业实力已成为国家软实力的一部分。

20 世纪八九十年代以来出现的信息技术革命和全球化浪潮给人类古老的翻译活动带来了深刻的变化。翻译已走出书斋, 进入市场, 由传统翻译演变成语言服务, 由作坊式加工变成产业化经营, 由一元化的口笔译活动发展成多元化的整套语言服务、整体化解决方案。一切翻译问题、语言信息工程技术问题似乎都可由翻译公司、本地化公司以及服务外包公司解决。翻译的职业化、专业化、技术化、市场化、产业化、规模化、信息化、全球化和多元

^① 参见中国翻译协会、中国翻译行业发展研究院发布的《中国语言服务业发展报告 2012》, 第 9—10 页。另据《2016 中国语言服务行业发展报告》, 截至 2015 年年底, 我国语言服务业年产值达到约 2822 亿元, 语言服务企业共有 72495 家。

化,催生了现代意义上的翻译市场。当下的翻译市场正朝着语言信息服务市场、服务外包市场演变。

遗憾的是,面对人类翻译实践活动的剧烈变化,国内外翻译学界并未做出应有的反应,研究主流话语仍然围绕翻译活动本身,以语言服务为核心的翻译市场研究一直处于边缘地位,参与研究者寡。不过,值得欣慰的是,中国翻译研究界的权威期刊《中国翻译》杂志近年来开辟了“行业研究”栏目,对语言服务行业的研究逐渐加强。综观现有的为数不多的相关研究成果,虽然视角新颖,但多停留在就事论事的现象描述,多微观和局部研究,少历时的系统的全面的宏观研究。鉴于蓬勃发展的翻译市场在社会经济生活中必将发挥越来越大的作用,对其进行充分的研究,了解其历史发展演变脉络和原因,把握其演进方向,是非常必要的。

我们选择“新中国翻译市场发展60年研究”这一课题,有三方面的理由。其一,从学科意义上讲,本研究在某种程度上能够填补翻译学在翻译市场研究方面的空白。翻译研究者对翻译服务产业给予的关注不多。直到今天,仍然未见对某一国家或地区的整个翻译市场做较大历史跨度的宏观研究。其二,从理论意义上讲,本研究可以验证翻译研究领域的有关发现。例如,巴西学者弥尔顿(John Milton)经过研究发现,巴西的高关税壁垒与翻译出版量的急剧增长存在密切关系。中国作为与巴西类似的新兴经济体,其翻译市场的发展变化或许与后者有某种相似之处。其三,从实践意义来看,本课题的研究成果可以为我国政府有关部门规范翻译市场,为企业、出版社等单位部门实施翻译业务外包,为语言服务企业正当地进行市场竞争,为高校培养符合市场需求的翻译人才,为专职和兼职译者更好地适应市场提供参考。

第一节 研究问题

研究中华人民共和国成立 60 年来中国（大陆）翻译市场的发展变化轨迹属于翻译史研究的范畴。为了更清晰地认识这一翻译市场，我们采用史学研究中“历史分期”的方法将其分为计划经济时期的翻译市场（1949—1977）、经济转型时期的翻译市场（1978—1992）和市场经济时期的翻译市场（1993—2009），以期找出各阶段质的差别，并从中发现各时期的特点与规律。我们关于翻译市场的阶段划分基于如下假设：中国政治经济体制在各时期的变化以及一些外部因素的变化导致翻译服务生产方式的变化，使三个时期的翻译市场具有各自鲜明的特点。而将计划经济、经济转型和市场经济时期的翻译活动统一纳入市场维度进行研究，又涉及本研究中的一个关键问题：计划经济时期是否存在翻译市场？在我们的研究中，“市场”是一个动态的、广义的概念，既指商品交换如金钱与服务之间的交换，又指包括供求、价格、竞争、产权、激励、信用所构成的完整机制的经济体系；既指受限（如国家垄断）的交换关系，又指具有一定规模的交易双方自由讨价还价、自由竞争的关系。三个时期“翻译市场”的内涵存在很大差异。计划经济时期，我国的翻译工作存在于各行各业且规模较小。这种零散性特点掩盖了翻译活动的行业性特征。但是，如果我们将这个时期数量可观的专兼职翻译工作者的劳动与国家工资之间的固定交换关系视为一个整体，那么这种交换还是具有一定规模的，因此可以将其看作一个封闭型的、非常低级的同质翻译市场。进入经济转型时期后，我国翻译工作的行业性特征开始显现，一个证据是中国翻译协会（以下简称“中国译协”）和各省、市、自治区翻译协会大都是在

20 世纪 80 年代建立起来的。虽然这些协会在开始阶段偏重于学术研究，但其会员大都从事同类型的劳动服务——翻译服务。这符合“行业”的定义，即“按生产同类产品或具有相同工艺过程或提供同类劳动服务划分的经济活动类别”^①。换言之，这些协会实际上是行业协会。由于面向社会服务的翻译公司的出现，计划经济时期无差别的公益性翻译市场过渡到经济转型时期的公益性与营利性翻译服务并存的异质翻译市场。90 年代后，我国开始全面实行市场经济。这使我国的翻译工作由行业升级为产业，营利性市场板块迅速发展壮大，超越公益性市场板块并在市场经济时期的翻译市场中占据越来越大的比重。中国译协分别于 2002 年和 2009 年增设翻译服务委员会和本地化服务委员会两个分支机构。这表明，我国的翻译工作已经完全市场化、产业化，同时翻译服务的内涵已扩展到本地化领域。结合对新中国翻译市场 60 年来发展变化的思考，我们拟将以下问题作为本研究的主要内容：

- (1) 我国计划经济时期是否存在翻译市场？若存在，这一市场具有什么性质和特点？
- (2) 我国经济转型时期是否存在翻译市场？若存在，该市场具有什么性质和特点？与计划经济时期的翻译市场有何异同？
- (3) 我国市场经济时期是否存在翻译市场？若存在，这一市场具有什么性质和特点？与计划经济时期、转型时期的翻译市场有何异同？
- (4) 各阶段翻译市场的构成要素，如译者生态、翻译服务方式等具有什么表现形态？
- (5) 中国翻译市场如何由封闭型的定向服务走向开放型的自由竞争？
- (6) 中国翻译市场如何由传统翻译行业升级为现代语言服务业？
- (7) 造成计划经济时期、经济转型时期、市场经济时期翻译市场差异的

^① 360 百科词条“行业”(<http://baike.so.com/doc/5387429.html>)。

内部和外在原因是什么?

(8) 我国翻译市场的发展趋势是什么?

第二节 研究假设

欧洲翻译研究协会主席、西班牙学者安东尼·皮姆 (Anthony Pym) 博士指出, 翻译行为从来就是一种市场行为, 译者的行为总是受到市场因素的影响, 特别是在专业技术领域。^①可以说, 翻译市场贯穿于人类历史, 已经过去的 60 年历史也不例外。新中国翻译市场经历了 1949—1965 年的初步发展期、1966—1977 年的相对沉寂期、1978—1992 年的转型期以及 1993—2009 年的迅速发展期。基于对有关文献的初步研究和对国内翻译市场的现象观察, 我们提出如下研究假设:

(1) 翻译市场是一种以翻译服务供求关系为基本特征的语言信息服务市场, 可粗略分为两种类型: 定向服务的封闭型市场和面向全社会的开放型市场。

(2) 新中国翻译市场经历了一个由相对封闭到完全开放的过程。前 30 年的市场是一种以政府部门和企事业单位翻译为主要形式的、直接或间接向国家提供翻译服务的、具有计划性质的封闭型市场; 后 30 年封闭型市场逐渐让位于开放型市场, 翻译服务由计划走向市场化、专业化、标准化、技术化、网络化和全球化, 成为语言服务的重要组成部分, 以自由选择和自由竞争为

① 在 2007 年西班牙罗维拉—依维尔基里大学跨文化研究所 (Intercultural Studies Group, Universitat Rovira i Virgili) “翻译与跨文化研究”博士项目网上课程中, 笔者作为博士生与导师皮姆教授在谈到有关中国翻译市场的问题时, 他表达了上述看法。