

主编 赵玉闪

应用文体翻译研究

A STUDY OF PRAGMATIC TRANSLATION

河北大学出版社

A STUDY OF PRAGMATIC
TRANSLATION

应用文体翻译研究

主 编 赵玉闪

副主编 赛汉其其格 邹德媛 张天慧 白金刚

河北大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

应用文体翻译研究 / 赵玉闪主编. -- 保定 : 河北
大学出版社, 2014.12

ISBN 978-7-5666-0857-4

I. ①应… II. ①赵… III. ①英语 - 应用文 - 翻译 -
研究 IV. ①H315.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第005431号

责任编辑: 王殊宁

装帧设计: 王占梅

责任印制: 靳云飞

出版: 河北大学出版社

地址: 保定市五四东路180号

经销: 全国新华书店

印制: 保定市北方胶印有限公司

开本: 1 / 16 (787mm × 1092mm)

字数: 240千字

印张: 12.25

版次: 2014年12月第1版

印次: 2014年12月第1次

书号: ISBN 978-7-5666-0857-4

定价: 29.00元

前 言

随着世界各地在政治、经济、文化、科学技术等方面的交流不断深入、频繁,应用文体翻译的需求越来越大,应用文体翻译研究也因此不仅具有深远的学术价值,而且具有重要的现实意义。

本书分为“理论”与“实践”两大部分,共十一章。第一部分为理论部分,包括两章,第一章重点陈述了应用文体的翻译原则、翻译标准等,第二章则主要对应用文体翻译常用的目的论、翻译对等理论、生态翻译学、语料库翻译研究等理论进行了介绍、探讨和研究。第二部分共有九章,主要涉及科技文体、经贸文体、法律文体、新闻文体、广告文体、公示语、时政文体、旅游文体及影视文体等应用文体类型,对各个文体的特点及翻译原则进行了分析,并运用大量的例证来说明上述文体的语言特色及翻译方法。本书的亮点之一就是既陈述了翻译理论,又兼顾了相关实用文体的翻译实践,使翻译理论与现实中的实用文体翻译结合起来。

本书适用于大学英语教师的英语教学,也适合大学英语专业本科生学习使用,对于不同层次的英语翻译学习者和有志于做翻译工作的读者也有很好的参考价值。由于时间仓促、编者水平与经验有限,书中难免存在不足之处,欢迎翻译界同仁与广大读者批评指正。

作 者

2014 年 12 月

目 录 Contents

第一章 应用文体翻译概述	(1)
第一节 翻译的定义	(1)
第二节 应用文体翻译概述	(2)
第三节 应用文体的翻译原则	(4)
第四节 应用文体翻译标准	(5)
第五节 应用文体的翻译方法	(6)
第二章 应用文体翻译理论	(10)
第一节 应用文本类型	(10)
第二节 目的论	(13)
第三节 功能对等理论	(14)
第四节 生态翻译学	(15)
第五节 语料库翻译研究	(16)
第六节 翻译美学	(17)
第三章 科技文体翻译	(19)
第一节 科技文体的语域	(19)
第二节 科技文体的特点	(20)
第三节 科技文体的翻译原则及方法	(25)
第四章 经贸文体翻译	(37)
第一节 经贸文体的特点	(37)
第二节 经贸文体的翻译原则	(42)
第三节 商品说明书的翻译	(44)
第四节 商务信函的翻译	(50)
第五节 经贸合同的翻译	(58)

第五章 法律文体翻译	(66)
第一节 法律文体的特点	(66)
第二节 法律文体的翻译原则	(75)
第三节 法律文体的翻译方法	(79)
第六章 新闻文体翻译	(91)
第一节 新闻文体的特点	(91)
第二节 新闻文体的翻译原则	(99)
第三节 新闻文体的翻译方法	(101)
第七章 广告文体翻译	(110)
第一节 广告文体的特点	(110)
第二节 广告文体的语域	(118)
第三节 广告文体的翻译原则	(122)
第四节 广告文体的翻译方法	(124)
第八章 公示语翻译	(130)
第一节 公示语的文体特点	(130)
第二节 公示语的翻译原则及方法	(136)
第三节 菜单公示语的翻译原则及方法	(141)
第九章 时政文体翻译	(147)
第一节 时政文体的特点	(147)
第二节 时政文体的翻译原则及方法	(152)
第十章 旅游文体翻译	(161)
第一节 旅游文体的特点	(161)
第二节 旅游文体的翻译原则	(165)
第三节 旅游文体的翻译方法	(167)
第十一章 影视翻译	(171)
第一节 影视文体的特点	(171)
第二节 影视翻译原则	(174)
第三节 影视翻译方法	(177)
参考文献	(184)

第一章 应用文体翻译概述

第一节 翻译的定义

自从翻译成为不同民族不同语言的人们相互交流沟通的桥梁以来,人们就一直在给“翻译”下定义。但迄今为止“翻译”仍没有一个统一准确的定义。因为翻译家们在翻译过程中会根据自己的自身体验给翻译下定义。《辞海》给出的解释是:把一种语言文字的意义用另一种语言文字表达出来。《牛津词典》里的解释:在保留意义的情况下,从一种语言转变成另一种语言。《现代法语词典》给出了更为简洁的解释:从一种语言变成另一种语言。总之,从通俗的角度看,翻译就是不同语言之间的转换。然而翻译作为一种特殊的语言交际形式,翻译家们从不同的角度研究其属性。从文艺学的角度解释翻译,认为翻译是一种艺术创作形式,强调语言的创造性,讲究译品的艺术效果,是用另一种语言把原作的艺术意境传达出来,所以文学翻译是传达作者的全部意图即通过艺术手法影响读者的思想感情。国内外的翻译家从语言学的角度对“翻译”这个词进行了不同的阐释和界定。范存忠先生认为翻译是把一种语言已经表达出来的东西用另一种语言准确而完整地重新表达出来。英国的卡特福德认为翻译是将一种语言的话语材料替换成等值的另一种语言的话语材料(方梦之,2004:396)。苏联翻译家费道罗夫给翻译下一定义为:翻译就是用一种语言把另一种语言在内容和形式不可分割的统一中所表达出来的东西准确而完全地表达出来。美国著名翻译理论家奈达在1965年对翻译的解释是:所谓翻译,是指从语义到文体在译语中用最贴切最自然的对等语再现原话的信息。这个定义确定了源语信息、语义和文体的关系(方梦之,2004:395)。美国的翻译理论家韦奴蒂甚至认为翻译是一种文化政治活动,而捷克的翻译家列维认为翻译是一个决定的过程等。

由此可见,“翻译”一词具有“多义性”,人们从不同的角度研究翻译就会对翻译进行

不同的解释。到目前为止,人们普遍认为翻译主要是指人类的一种跨语言、跨文化的交流活动,具体讲就是人类的口译、笔译和人操作的机器翻译。(杨自俭,2000)翻译也可以被认为是一种交际工具,促进不同语言社会之间的交往和发展。翻译是把原作品中包含的内容用另一种语言完美地表达出来,也就是将陌生的表达方式转换成相对熟悉的表达方式从而进行信息传播的行为,其内容包括语言、文字、图形、符号的翻译。

因此,我们可以看出,“翻译”的定义多种多样,人们从不同的角度进行研究和实践,就会产生不同的理解。而即使同一个角度,也会因为不同国家,不同民族的研究者而产生不同的理解。因此,对于“翻译”的定义,我们可以从不同的角度去理解。

翻译是形式与内容、方式与目的的统一,它涉及认知、审美、语言文化素养、对不同语言的认知等诸多因素。随着时代的发展,人类文明的进步,翻译的范围和规模也在不断地扩大,人们对翻译的认识也在不断提高。翻译的应用不只局限在语言学、文学等学科,已逐步涉及心理学、教育学、社会学以及人类学等诸多领域,并且通过长期的实践,翻译已拥有自己的相关理论、原则、标准及一系列的翻译方法。随着社会产业化发展,翻译工作也被纳入社会服务体系中,翻译工作者从事的是一种创造性的脑力劳动,是一种不同语言在译者脑海里交汇、碰撞、重组、输出的过程。人类发展到今天,翻译已不仅仅是人类的一种脑力活动,随着网络计算机技术的发展、语料库及人工智能的出现,翻译活动也逐渐朝着数字化、自动化以及全球化方向发展。因此,毫无疑问,“翻译”这位“戴着手铐脚镣的舞者”,在人类的舞台上会更加优雅地表演下去。

第二节 应用文体翻译概述

文体(style)一词来源于拉丁语 *stylus*, *stylus* 在拉丁语中指的是一种写字的笔,通常由金属或骨头制作,后来被转喻用来表示写字的方式和方法,再后来才被引申为我们今天所指的“文体”,即所写内容的风格特征。文体的研究属于语言使用研究的范畴。狭义文体指文学文体;广义的文体则指包括文学文体在内的各类文体。

文体一般分为新闻报刊文体、论述文体、公文文体、描述及叙述文体、科技文体和应用文体。而应用文体不是一种统一的文体类型,它的体式最为驳杂。举凡公函、书信、通知、请帖、启事、通告、海报、广告、单据、契约、合同以及迎送词、协议书、备忘录、商品说明书等都属于应用文体之列(刘宓庆,1998:419)。具体分为科技、经贸、新闻、法律、旅游、广告、政论等类别(方梦之、毛中明,2008)。由此可见,应用文体是人们在生活中使用最广的文章体裁。

在1988年出版的《翻译之阐释》(*Translation: An Interpretive Approach*)一书中,

法国译论家让·德利尔将应用文体翻译定义为:以传达信息为根本目的,运用语用学的原则来进行翻译,指出它特别区别于传达有较强情感意义和美学意义的文学翻译。(陈小慰,2006)在美国著名学者约瑟夫·B.卡萨格兰德(Joseph B. Casagrande)看来,应用文体翻译的主要目的在于尽可能准确有效地翻译信息,侧重信息内容而非美学形式、语法形式或文化氛围(Shuttleworth, M. & Cowie, M., 2004:129)。因此,我们可以说,应用文体翻译是以传递信息为主要目的,注重信息传递效果的实用性翻译,与强调艺术审美和文学欣赏的文学翻译相比较,应用文体翻译更注重传递事实性信息。

应用文体翻译是一种用途非常广泛的功能性文体,从内容到形式丰富多样,适应不同的目的和要求。所以应用文体翻译所涉及的文本也包罗万象,各自有各自的语域、文体及语用特点。但根据应用翻译的功能,它也有有别于其他翻译的共同特点,即实用性、目的性、功利性及匿名性。

一、实用性

“实用”是应用文体区别于其他文体的本质属性。实用性是判断应用文写作的重要标准。应用文体翻译对社会产生直接的效应,是向译入语读者传递有价值的、实用的信息,如新闻资讯、科技知识、旅游景点介绍、产品说明书及公告等都具有传递实用性信息的特点。

二、目的性

应用文体翻译具有现实的目的、明确的目标,或传递信息(科技、新闻、经贸、医药等),或劝导(广告、旅游指南及企业对外宣传等)。一般应用文本的目的性由文本类型本身的功能决定,如广告本身要能够起到劝导作用,新闻本身要达成传递信息之目的,但有时应用文本的目的也可由翻译委托人来决定,例如,在进行科技文体翻译时,除了它本身的信息传达功能,翻译委托人还可以要求译者在翻译信息的过程中使用一些具有劝导性的语言,达到让读者购买相关产品的目的。

三、功利性

应用文体翻译注重客观事实,主要强调译文的实用性和预期功能。因此,我们说应用文体具有很强的功利性,在翻译时,译者一定要考虑译文对读者产生的效果,不要一味地追求字词对应,而忽略文本的功能及读者的反应,否则将达不到同样的内容在不同的表达方式下所达到同样效果的目的。

四、匿名性

纽马克认为匿名性文本是指作者的名字与地位不重要的文本(Newmark, 2001: 282)。应用翻译的匿名性主要体现在以下两点:第一,很多应用文本翻译不需要加署名,如新闻、合同、公告及广告。人们注重的是此类文体的内容,因此作者的身份通常是“匿名”的。第二,即使有署名的应用文本,也由于原文与译文的格式不同,译者在翻译时只提取原文提供的信息,然后按着译文的格式和规范进行选词用字,一般不会刻意翻译原作者的名字。

第三节 应用文体的翻译原则

2003年林克难教授在《应用英语翻译呼唤理论指导》这篇文章中将“看、译、写”作为应用翻译的原则、标准和三字诀(林克难、籍明文,2003:10—12),后又将“看、译、写”改为“看、易、写”。“看”是指让译者大量地阅读各类英语应用文材料,收集英语在不同场合、不同环境下功能不同的实用性并储存于大脑中备用。“译”不是指逐字翻译,而是译者根据对原文内容的理解,按照特定的语篇格式、译入语读者的文化背景及表达方式,将原文的意义完整流畅地转移到另一种语言中去。可见,“看、译、写”原则直接打破了“信”的翻译标准。根据应用文的文体特征,在翻译过程中过于讲求“信”的标准,往往很难达到准确无误传递信息的效果。

方梦之(2003)提出了应用翻译三原则:达旨、循规、共喻。达旨是指达到目的,译文完成了传达要旨的目的;循规,即在翻译过程中要遵循译入语的文化规范和表达方式;共喻,是指译文在“达旨、循规”的基础上要做到通顺、文体匹配、畅晓明白。达旨,是译者的翻译目的;循规,是译者的翻译纲领;而共喻是指译者在翻译过程中根据不同的读者、不同的文体,采取不同的处理方法。

应用文本翻译信息传达的社会效应取决于受众的民族语言文化、思维方式、期待心理及认知能力等制约参数,只有在满足这些潜在的因素的前提下才能够达到传递信息的应用翻译目的。所以应用文本翻译是个动态的、可调节的过程。这就要求我们在翻译的过程中不能只注重语言层面的操作,只顾忠实于原文而忽略了传递信息的交际目的。在应用翻译中,不同的文本类型具有其不同的侧重性和策略原则,如在翻译法律文本时要求语言结构严谨、用语正式、行文不能有歧义等;对外宣传文本要求用通俗易懂的语言文字,以便适合一般读者的接受能力;在翻译科技文本时,语言上要求客观性、准确性和严密性,注重叙事逻辑上的连贯及表达上的明晰与畅达。因此,科技翻译需要充分了解一

定的自然科学和社会科学知识技术,针对不同科技文体的特点采取适当的翻译方法;(杨瑛,2008)在翻译经贸文本时,商务合同的翻译原则是忠实原文;商务信函的翻译原则是形式规范、内容准确、措辞得体;商务广告的翻译原则是功能相似等。

第四节 应用文体翻译标准

翻译的标准或原则可谓是“仁者见仁,智者见智”。最广为人知的翻译标准无疑是严复在其译作《天演论》的“译例言”中提出的“信、达、雅”。鲁迅、傅雷、钱锺书等在他们长期的翻译实践中也相继提出“信与顺”、“传神论”、“化境说”等翻译标准或原则。在西方翻译史上,有关翻译标准的论述也是丰富多彩。奈达的“功能对等”、“动态对等”一直被视为语言学派的翻译标准。英国的纽马克则从语言的交际意义和语用意义出发,提出“语义对等”、“语用对等”,对奈达的“功能对等”理念进行了修改。应用文体的功能在于交际,目的在于传达应用性信息。因此,有别于文学翻译,交际的信息是艺术感染力和民族文化精神,是一种艺术再创造的过程,应用文体翻译是把原文中的信息用译文传达出来,使译入语读者得到的信息量和源语读者等同,因此很多学者认为以往的这些主要运用在文学翻译领域的翻译标准或原则,就应用文体翻译而言,不能一概而论。应用文体翻译涉及知识、事实和思想、信息及现实;文学翻译涉及想象中的个人、自然及人类居住的星球;应用文体翻译强调的是事实,文学翻译强调的是价值;应用文体翻译强调信息的清晰性,文学翻译强调风格。(张宏莹,2009)应用文体翻译涉及的内容十分广泛,如商贸、法律、广告、合同等,这些文本类型的翻译标准和原则是由其自身的语言特点及其特殊的社会功能所决定的。例如,刘法公(1999,2004)提出了商贸翻译的标准:忠实、准确、统一。邱贵溪(2000)归纳和论述了法律文件翻译中用词的标准:庄严、准确、精炼。张新红、李明(2003)认为,在翻译商务信函时应遵循功能对等原则,翻译商务合同时遵循准确严谨、规范通顺的原则,而商务广告的翻译应遵循创译原则和功能主义原则等。程镇球(2003)认为时政翻译不仅要求忠实传达原文的政治内涵,还要求尽可能保持或贴近原文的表达方式。董晓波(2012)则认为奈达的功能对等原则最适合于科技翻译,因为功能对等意味着译文必须使用一种共同语言,即一种“最贴切的自然对等语”再现原文的信息内容。此原则体现在科技翻译中,就是客观精确、朴实自然、符合科技规范的标准语言。应用翻译在实践中的标准要求是:译文正确反映客观事实;实现原文服务社会的功能;语言规范,不用新奇的表达方法,即词语搭配为无标记搭配或普通搭配,符合一般的语法规范,如原文具有单义性,译文也要意思明确,没有歧义。(张宏莹,2009)在应用翻译中“信”和“达”的标准要比“雅”更为重要。

总之,我们可以用“忠实与通顺”来概括翻译的基本标准,尤其是应用文体的翻译标准。“忠实”是强调正确地理解原文所表达的思想以便在译文中能够准确地将其传达出来;“通顺”强调译文要根据译入语的特点,做到文字流畅地道、通俗易懂。在忠实与通顺之间,忠实是译文质量的基础,通顺是译文质量的保障,两者是对立统一的关系,反映了内容与形式的一致性。

第五节 应用文体的翻译方法

翻译方法与一定的文体相对应,不同的文体需要采用不同的翻译方法。比如,文学文体有文学文体的翻译策略,应用文体有应用文体的翻译方法。翻译目的决定翻译的方法(直译或意译,归化或异化),也决定译本的体裁和类型(摘译、选译、改译、综述等)。应用文体主要目的是传递信息,在翻译过程中为了提高译文的可读性,有利于译入语读者准确无误地获取到原文的信息,在能准确地译出原文信息的基础上可以对一些完全不适合译入语表达方式的或对不符合译入语读者阅读习惯的一些描写进行删除或改写,不必在传统的“忠实、通顺”或“信、达、雅”标准的制约下权衡翻译方法的选择。另外,从职业而言,应用文体翻译旨在提供信息,属于第三产业中的服务业,所以在翻译过程中译者要以满足顾客和委托人的需求为宗旨。不同行业的顾客或委托人所提供的语篇的内容或形式是不同的,即使同一原本不同的委托人也可能因为不同的翻译目的提出不同的翻译要求,例如,有一份新建学校的详细材料,教师对教学硬件感兴趣,学生会关注上课的班级和住宿的条件,后勤管理人员则关心整个校园各项运行设备,而校长则着眼于全面的情况等。如果语篇还涉及文化差异,则更需要一番删改,例如:

由潘鹤教授设计的贺龙元帅铜像,屹立在天子山贺龙公园。(张家界旅游画册)

在翻译这句话时,译者要考虑到境外游客是否想知道贺龙是谁,为什么他的铜像会出现在这里,他与此地有何关系。以下翻译更能够吸引外国游客的兴趣:

The Grand Bronze Statue of Marshal He Long. He Long (1896—1969), one of the founders of People's Republic of China, born in Sangzhi, somewhat 60 kilometres from the tourist site, led many battles during the Chinese Civil War and Anti-Japanese War.

接下来我们简单介绍应用文体常用的几种翻译方法。

一、直译

直译法就是指译文在内容和形式上都与原文保持一致的翻译方法。当译文语言与原文语言拥有相同的表达形式来体现同样的内容,并能产生同样的效果时,我们就采用

直译法。直译法是应用文体翻译中最常用的一种翻译方法。在科技文体翻译中,直译法能够仔细推敲原词所表达的具体事物和概念,以便准确译出该词的科学概念。一般来说,科技文献中的复合词、多义词及派生词都用直译法。例如,holography(全息摄影术)、thermocouple(热电偶)、voltmeter(电压表)。在经贸词汇中出现的产品代言人(representative of a product or a brand)、知识产权(intellectual property rights)、可持续发展(sustainable development)、储蓄卡(stored-value card)等词汇其实都是从英语直译而来的,这些词汇丰富了汉语的表达,已经成为汉语的一部分。在翻译新闻标题时,为了避免译入语读者产生理解上的困难,一般都采取直译的方法,例如,UK's oldest person dies at 115.(英国第一寿星谢世,享年 115 岁)。这个标题就属于直译,没有洋腔洋调,语言规范,自然流畅。在影视翻译中对影片片名的翻译一般采用直译的方法,以便能够最大限度地保留原片名的内容和形式,例如,美国影片 A Walk in the Cloud 该片名直译为《云中漫步》、Cold Mountain《冷山》、Mystic River《神秘河》等。总之,直译法在各类应用文体翻译中都有广泛的应用,因为在后面的章节中会有更具体的说明,此处不再赘述。

二、意译

意译法是指译文与原文内容保持一致,但形式不同的一种翻译方法。如果译文的语言与原文的语言不能用同样的表达形式来体现同样的内容时,我们就要采用意译。意译法同样是应用文体翻译中最为常见的一种翻译方法。在翻译经贸文体的术语时,对译者来说最难的就是避免望文生义,因为同一词与不同的词搭配可能就会产生不同的意义,所以有些词不能选择直译法,要利用意译法将其内涵传达出来,例如,flat price 不是“平价”,而是“统一价格”、a mom-and-pop store 指的是“夫妻店”、ceiling price 指的是“最高价”等。对于直译会造成误解或难以理解的词汇,译者可以选择意译法把该词所表达的意思翻译出来,例如,“水货”不能翻译成 water goods,应译为 smuggled goods,因为“水货”指的就是“走私货”。旅游文体中蕴含了博大精深的中国文化,为了避免光凭字面来判断其意义,译者通常采用意译法将其中蕴含的文化挖掘出来并准确地传达给外国游客。中西文化的差异直接体现在不同的语言表达形式上,因此,在一些情况下使用直译的方法不能够准确地将信息传递给译入语读者,所以在应用文体翻译中意译法的使用也非常普遍。

三、音译法

音译法是根据源语的读音,在译入语中寻找发音相似的内容对其进行翻译,通常用于姓名、企业、地名和国名以及具有民族风格的事物来命名的影片等的翻译。音译词必须连在一起使用,不可拆分,否则没有意义,例如,Mao Zedong(毛泽东)、Beijing(北京)

等。此外,有些词在汉语中找不到合适的对等译词,使用意译法又比较麻烦,则需借助音译。这类词可分为两类,一是指计量单位的词,例如,频率单位 hertz (赫兹)、度量信息的单位 bit(比特)、照明单位 lux (勒克斯)等。第二类是指一些新发明的材料、药名及缩略词等,例如, hacker(黑客)、nylon (尼龙)、aspirin(阿司匹林)、Hellfire(海尔法导弹)等。

四、增译法与减译法

增译法与减译法是指根据译入语表达习惯以及译入语读者的思维方式,在不影响准确传递信息的基础上,根据译入语的表达习惯,译者可以在译文中适当地增加一些或减少一些词、短语,甚至是句子,以便能达到最好的传递效果。这种翻译方法既能够做到译文文字流畅,又能够准确地传递原文的内容,如就揭示新闻的内容而言,英语标题和汉语标题的侧重点不同,英语标题将内容作“重点化”处理,而汉语标题更注重“全面性”,再加上汉语是一词一义,所以将英语标题翻译成汉语时要适当地加一些词,使其意义更完整。请看下面这个英语新闻标题“Older, Wiser, Calmer”,如果我们直接把它翻译成“更老、更明智、更冷静”似乎也能接受,但是如果我们按着中国读者的阅读习惯,翻译成“人愈老,智愈高,心愈平”的话,意义就变得更加明确,句式也更整齐。在旅游文体翻译中也经常会采用增减译法。由于英汉两种语言在词法和句法上的不同,往往在一种语言的表达中可以省去的成分在翻译成另一种语言时要补充回来,通常要补充代词、介词、连词、冠词及动词等。

【例 1】

大楼外墙以花岗石饰面,入口大台阶直达二三层高的营业大厅。

The exterior wall of the building is applied with granite pieces. One can reach the business halls on the second and third floors by following the big steps at the entrance.

【例 2】

Its 102 floors of offices hold 16,000 people, the population of a fair-sized American town.

(帝国大厦)共 102 层楼的办公室可容纳 16000 人,相当于一个中等规模的美国城市人口。

【例 3】

We take this opportunity to inform you that we are now in a position to make prompt shipment of the merchandise.

兹奉告,该商品可即期装运。

例 1、2 采用了增译法,例 1 中增加了冠词 the, a 及代词 one 等,例 2 中增加了“帝国大厦”,使得传递的信息更加完整,而例 3 运用了减译法,将原文中部分代词、动词及名词

省译,使得译文更为简明,也大大符合了商务用语简单明了、经济实用的语言风格,更符合译入语的表达习惯。

五、转换法

转换法是指译者在翻译时不受词性的捆绑,根据不同语言的具体表达形式的需要,在译文中改变原文中某些词的词性,例如,原语中句子的主语可译成译入语句中的状语、定语、宾语或表语;谓语译成主语、定语或表语;定语译成状语或主语;宾语译成主语;原语的并列句译成复合句;复合句译成并列句;状语从句译成定语从句及主动语态译为被动语态。

【例 4】

The Swiss have made good *use* of their country's scant natural resources.

瑞士人很好地利用了其并不充裕的自然资源。

【例 5】

在有些欧洲国家里,人民享受最广泛的社会福利,如医疗保险等。

In some of the European countries, people *are given* the biggest social benefits such as medical insurance.

【例 6】

分析文化层的土质和堆积,我们发现,代表跨湖桥文化的跨湖桥遗址和下孙遗址都和江南地区较为普遍的山前坡地形遗址不同。

From the analysis of soil property and pileup of the remains, Kuahu Bridge Remains and Xiasun Remains, which represent Kuahu Bridge Culture, are different from those comparatively prevalent Shanqianpo Remains in Jiangnan region.

例 4 中的名词 *use* 在译文中转译为动词;例 5 的主动语态“享受”译成了被动语态 *are given*,而例 6 中的动词“分析”则转译为英语的介词短语 *from the analysis of*。

除了以上介绍的五种常用的翻译方法以外,在应用文体翻译实践中还有其他很多翻译方法可以采用,例如,零译法、套译法、拆分法、释义法等。

第二章 应用文体翻译理论

应用文体的特点直接导致应用文体翻译具有其特殊性。应用文体本身包含很多不同种类的文体,不同种类文体之间存在语域之间的差异,因此也需要不同的翻译理论进行指导。

中外翻译理论繁多,可以从这些翻译理论中借鉴很多翻译理论资源,来指导应用翻译实践。本章将从介绍应用文本类型入手,介绍几种应用文体翻译理论。

第一节 应用文本类型

应用文体翻译实践与研究对象是实用性非常强的应用文本,并且不同的文本往往需要不同翻译策略和衡量标准,因此应用文本类型研究和分析就变得尤为重要。本章节将根据莱斯和纽马克的文体类型学介绍文本类型的基本概念及分类方法,阐述功能文本类型,为探讨应用文本类型的翻译策略打基础。

一、莱斯的文体类型学

作为功能派翻译理论创始人,德国学者莱斯在其 1971 年出版的《翻译批评的可能性和限制》(*Possibilities and Limits of Translation Criticism*)一书中按文本的功能,提出了信息型、表达型和感染型三大功能文本类型。信息型文本的重点是传达内容,旨在向读者呈现客观世界的物象和事实;表达型文本是作者用以表达个人态度的一种创作型文本,注重语言形式和美学功效;感染型(呼唤型)文本是为了吸引读者以某种方式行事的文本,其内容和形式应取得预期的超语言效果。莱斯的功能文本类型强调不同类型的文本应采取不同的翻译策略,以实现文本功能。文本类型的功能、特点和翻译方法见下表(Munday, 2001, 张美芳, 2009)。

文本类型 (Text Type)	信息型 (Informative)	表达性 (Expressive)	感染型(呼唤型) (Operative)
语言功能 (Language Function)	表达事物与事实 (Representing objects and facts)	表达情感与态度 (Expressing sender's attitude)	感染接受者 (Making an appeal to text receiver)
语言特点 (Language Dimension)	逻辑的 (Logical)	美学的 (Aesthetic)	对话的 (Dialogic)
文本焦点 (Text Focus)	侧重内容 (Content-focus)	侧重形式 (Form-focus)	侧重感染作用 (Appellative-focus)
译文目的 (Target text should)	表达其内容 (Transmit referential content)	表达其形式 (Transmit aesthetic form)	诱出所期望的反应 (Elicit desired response)
翻译方法 (Translation method)	简朴的白话文,按要求做到简洁明了 (Plain prose, explicitation as required)	仿效,忠实原作 (Identifying method, adopt perspective of ST author)	编译,等效 (Adaptive, "equivalent effect")

以文本为主要功能的分类:

文本类型	文本种类(text genre /kind /varieties)
表达型	散文、传记类文学作品、通俗小说、想象性文学作品(轶事、短篇小说、长篇小说、传记、纯文学等)及各类诗歌等
信息型	新闻发布与评论、新闻报道、商务信函、商品目录、操作指南、使用说明、专利说明、协议、文书、教育类著作、各类非小说类书籍、论文、报告、人文、自然与其他科学领域的专业文献
感染型(呼唤型)	广告、宣传、报道

二、纽马克的文体类型学

纽马克借鉴德国语言学家卡尔·布勒的语言功能理论将文本划分为“表达型文本”(expressive text)、“信息型文本”(informative text)和“呼唤型文本”(vocative text)三种类型。纽马克的文本分类中,参考变量有:文本类型(text category type)、文本功能、侧重