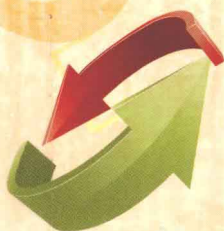


高等院校通识教育规划教材
江苏省教育厅立项精品教材

实用英语 翻译教程

方文礼 主审 刘剑钊 主编



 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

21世纪高等院校通识教育规划教材

江苏省教育厅立项精品教材

实用英语 翻译教程

方文礼 主 审

刘剑钊 主 编

李俊梅 徐冬梅 郑晓春 刘小明 戚桂友 副主编

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

实用英语翻译教程 / 刘剑钊主编. — 北京: 人民邮电出版社, 2012. 7
21世纪高等院校通识教育规划教材
ISBN 978-7-115-26313-1

I. ①实… II. ①刘… III. ①英语—翻译—高等学校—教材 IV. ①H315.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第213970号

内 容 提 要

本书共11章, 主要围绕实用翻译的几种常见类型, 分专题进行撰写, 具体如下: 实用文体翻译特点和常用翻译技巧、广告商标英语翻译、会计英语翻译、计算机英语翻译、经贸英语翻译、物流英语翻译、旅游英语翻译、机械工程英语翻译、建筑工程英语翻译、英语口语译简介等, 内容丰富翔实, 注重实际应用, 对培养学生从事实用类语篇的翻译能力会有所帮助。

本书适合作为大中专院校相关专业课程的教材, 也适合对翻译有兴趣的读者自学使用。

实用英语翻译教程

- ◆ 主 审 方文礼
主 编 刘剑钊
副 主 编 李俊梅 徐冬梅 郑晓春 刘小明 戚桂友
责任编辑 王亚娜
- ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号
邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
中国铁道出版社印刷厂印刷
- ◆ 开本: 787×1092 1/16
印张: 15.5 2012年7月第1版
字数: 366千字 2012年7月北京第1次印刷

ISBN 978-7-115-26313-1

定价: 32.00 元

读者服务热线: (010)67170985 印装质量热线: (010)67129223
反盗版热线: (010)67171154

随着中国加入 WTO, 全球经济一体化, 我国与其他国家和地区的对外交流活动日益增多, 翻译也突破了狭义的文化交流范畴, 实用翻译实务与日俱增。大到国际会议, 小到双语标牌, 实用翻译已成为对外交往中不可缺少的重要环节。

与文学翻译不同, 实用翻译以传达信息为目的, 同时考虑信息的传递效果, 起着宣传、指导、警示、鼓动、劝导、说教等实用功能。它涵盖了人们日常接触和实际应用的各类文字, 涉及对外宣传、社会生活、生产领域等的方方面面。

鉴于实用翻译的特点, 本书以德国学者提出的“功能目的论”(Skopos Theory)为指导。之所以采纳这一理论是因为实用文体翻译都有现实的、甚至功利的目的, 要求译文在最大程度上达到并满足预期的功能。目的和功能是实用文体翻译的依据和依归。功能目的论的理论核心在于翻译的目的和译文的功能, 将该理论与实用文体的翻译实践相印证则能较好地解决我们在实用文体翻译中所碰到的诸多问题。

本书共 11 章, 主要围绕实用翻译的几种常见类别, 分专题进行撰写。第一章介绍实用翻译的定义、标准、原则以及实用翻译者的必备素质等, 以求让学生对实用翻译有较为全面的了解和认知。第二章介绍实用文体的翻译特点和常用翻译技巧, 通过在词语、句段、语篇结构三个层次的大量实例分析, 帮助学生掌握基本的翻译技巧。在此基础上, 从第三章至第十章, 分 8 个章目系统展开论述。分别是广告商标英语翻译、会计英语翻译、计算机英语翻译、经贸英语翻译、物流英语翻译、旅游英语翻译、机械工程英语翻译、建筑工程英语翻译。各章围绕所涉及实用类文体的语言特色, 提出相关翻译原则与策略, 再就具体翻译处理方法逐一举例说明和分析。相信通过对以上各个实用翻译领域的学习, 对培养学生从事实用类语篇的翻译能力会有所帮助。

另外, 本书还在最后一章简要地介绍了英语口语。首先对口译的标准、类型、特点等加以描述, 其次重点围绕口译笔记和口译方法加以论述, 力求让学生对口译有较理性而全面的认识。

本书第一章、第二章、第四章、第六章、第八章和第十一章由刘剑钊编写, 第三章由李俊梅编写, 另外徐冬梅编写第五章, 郑晓春编写第九章, 刘小明编写第十章, 戚桂友编写第七章。

由于编者水平有限, 书中恐有不妥之处, 恳请使用该书的教师、学生和广大英语爱好者提出宝贵的意见和建议, 以便使其日臻完善。

第一章 绪论	1
第一节 实用文体翻译.....	1
第二节 功能目的翻译理论对实用翻译的启示.....	3
第三节 实用翻译工作者必备的素质.....	7
第四节 高职翻译的定位——初级“工具翻译”.....	9
第二章 实用文体翻译特点和常用翻译技巧	11
第一节 实用文体翻译特点.....	11
第二节 实用翻译常用技巧.....	13
第三章 广告商标英语翻译	30
第一节 英语广告的美学特征.....	30
第二节 英语广告的词法特点.....	32
第三节 英语广告的句子特点.....	34
第四节 英语广告翻译的原则和策略.....	38
第五节 商标的翻译方法.....	43
附录 常用商标英汉对照.....	47
第四章 会计英语翻译	49
第一节 会计英语的词汇特点及其翻译技巧.....	50
第二节 会计英语的句子特点及其翻译技巧.....	54
附录 1 企业会计准则翻译 (Accounting Criteria for Enterprises)	57
附录 2 会计英语常用词汇英汉对照.....	71
附录 3 审计类常用词汇英汉对照.....	78
第五章 计算机英语翻译	81
第一节 计算机英语的词汇特色.....	81
第二节 计算机英语的句子特色.....	83
第三节 计算机英语的翻译原则和步骤.....	85
第四节 计算机英语的翻译要点.....	86
附录 计算机(网络)专业英语词汇英汉对照.....	90

第六章 经贸英语翻译	104
第一节 经贸英语的特点.....	104
第二节 经贸英语翻译要点.....	109
第三节 经贸/商务合同的语言特点及其翻译	113
第四节 单证翻译.....	118
附录 1 各类单证中英文对照.....	121
附录 2 合同常见句式的翻译举例.....	124
附录 3 经贸英语翻译实例评析.....	125
第七章 物流英语翻译	137
第一节 物流英语的特点和翻译原则.....	138
第二节 物流英语的翻译策略.....	140
附录 物流英语缩略词英汉对照.....	145
第八章 旅游英语翻译	161
第一节 旅游英语的特征和翻译原则.....	161
第二节 旅游英语翻译的变译策略.....	164
第三节 旅游景区(点)的公示语翻译.....	170
附录 常用公示语英汉对照.....	176
第九章 机械工程英语翻译	183
第一节 机械工程英语的语言特点.....	183
第二节 机械工程英语的翻译原则和翻译策略.....	188
附录 1 数控/模具类名词英汉对照	194
附录 2 汽车常用语英汉对照.....	199
第十章 建筑工程英语翻译	206
第一节 建筑工程英语翻译者应具备的素质及翻译原则.....	206
第二节 建筑工程英语的词汇特点及其翻译策略.....	208
第三节 建筑工程英语的句法特征及其翻译策略.....	212
附录 建筑工程英语词汇汉英对照.....	215

第十一章 英语口译简介	220
第一节 口译的标准和类型	221
第二节 口译的特点及口译者应具备的素质	223
第三节 口译笔记	225
第四节 口译方法	228
第五节 口译的难点	232
附录 口译速记符号	234
参考文献	239

第一章

绪 论

第一节 实用文体翻译

一、实用文体特征

汉语中“文体”一词，与西文中的“style”，意思都是极为含混的。中国古代文论中的“体”，今人或译为“体裁”，或释为“风格”。荷兰学者安克威思特在《关于文体的定义：语言学和文体》中列举了“文体”的七种定义：① 以最有效的方式讲恰当的事情；② 环绕已存在的思想或情感的内核的外壳；③ 在不同表达方式中的选择；④ 个人特点的综合；⑤ 对常规的变异；⑥ 集合特点的综合；⑦ 超出句子以外的语言单位之间的关系。

从最一般的意义上讲，文体可以理解为人说话或写作的方式，即口头的或书面的表达方式。因为是表达方式，它就应该与所要表达的东西，即内容、题材、题旨等相对而言，但又有相互联系。综合考察中外对文体的各种理解和解释，我们可以把文体分为文本或文章的体裁（genre）、语体（type of writing）和风格（personality）三个层面。体裁是文本的体制、格式、主要表现手段等方面的成规或惯例。语体指同一类别的体裁所惯用的语言的特色，如词语的选择、修辞技巧的运用等。风格则是指作家在运用某种体裁、选择语言时体现出的个性的特征。

实用文体一般不讲个性，无所谓风格。体裁和语体，即文本体式，可以还原为语言的组合方式，我们可以将实用类文章归结为语言符号的系统。而文学作品却是一种艺术样式，有其自身的艺术结构和功能，它不仅是语言符号，更是艺术符号的系统。

二、实用翻译定义

相对于文学翻译,实用翻译的起步较晚。改革开放之前,国内的翻译研究主要是以文学翻译为核心,实用翻译的研究基本上是无人问津的。直到改革开放后,随着我国经济社会的发展以及对外交往的加深,实用翻译才慢慢地发展起来。如今,实用翻译在对外经济、文化、科技交流以及频繁的国际交往中起着愈来愈重要的桥梁作用,尤其是我国加入世贸组织和举办奥运会之后,实用翻译市场急剧扩大,翻译数量也与日俱增。鉴于实用翻译在我国对外交流中的重要性,研究其翻译方法对促进实用翻译质量的提高是大有裨益的。实用文体翻译不同于文学翻译,前者更注重的是传递信息和达到特定的交际效果。或许可以用这样一个比喻来说明两者之间的区别:文学翻译像是复制一件艺术品,而实用文体翻译像是制造一个可以从一部机器换到另一部机器的标准的机器零件。

关于实用英语翻译的范畴学界存有不同的意见。传统文体学把文本大体分为文学文体、科技文体和应用文体。每种文体项下又会出现子文体,或子文体的子文体。如应用文体项下就会有新闻语体、广告语体、旅游语体、公文公函语体、契约语体、教范语体等。法国翻译理论家让·德利尔,将“实用类翻译”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。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。美国学者约瑟夫·B·卡萨格兰德定义其目的为“尽可能准确有效地翻译信息”。实用类翻译注重信息在译语语境中发挥的实际效果,注重信息在译语语境中的可读性,注重信息对译语读者产生出的现实目的的诱导力和呼唤力(陈小慰,2006)。而霍恩比将实用英语翻译划分在文学翻译与专门用途翻译之外,属于另一种独立的门类。目前学者们普遍认可的概念是:实用翻译指除文学翻译以外的,日常生活中用于交际的功能性文本,涵盖政论、科技、新闻、广告、商标、商贸、旅游、法律、财经、营销、医学、文书等多学科领域的翻译。顾名思义,此类文体翻译最大的特点是其实用性,而其文学性及审美性则比较弱。它更看重的是内容,而非形式。就语言的交际功能而言,实用文体具有信息性(负载人类社会的各种信息)、匿名性(指作者、译者个性不明显)、劝导性(劝导人们去认可或否定什么)、功利性(具有实用价值)等特征。因此翻译时,应当特别注意其特点,不能拿文学翻译的标准来衡量,更不能把文学翻译策略简单地套用在实用文本翻译上。

三、实用翻译标准或原则探索

关于翻译原则或标准,国内外学者对此多有论述。在国外,早在1790年,英国学者泰特勒在其著作《论翻译的原则》(Essay on the Principles of Translation)中提出了类似于“信、雅、达”的三项基本原则。美国翻译理论家尤金·奈达提出的等效翻译,认为译作对读者产生的效果应与原文对原作读者所产生的效果一样,即所谓翻译的“功能对等”(functional equivalence)或“动态对等”(dynamic equivalence)原则。在我国,清末翻译家严复于1898年在其翻译的《天演论·译例言》中提出了翻译的“信、达、雅”标准。鲁迅、林语堂、傅雷、钱钟书等也分别提出“信与顺”、“忠实、通顺、美”、“传神论”、“化境说”等翻译原则。前辈们对翻译原则或标准的论述,可谓仁者见仁,智者见智。无疑,这些经典论述是他们在长期的翻译实践中摸索和总结出来的,对翻译理论研究和翻译实践都具有重要的指导意义和

借鉴作用。然而,不难发现,以上这些原则或标准的论述主要集中在文学翻译领域。

近年来,社会对实用翻译的需求不断增长,而对指导此类翻译的原则或标准问题的讨论也日趋热烈。不少学者对以往这些翻译原则或标准的适用性提出了质疑,认为就应用翻译而言,不能一概而论。至今,已有学者对商贸、法律、合同、广告等实用翻译提出了相应的翻译指导原则,并强调此类文体翻译的适用标准或原则由其自身的语言特点及其特殊的社会功能所决定的。对于实用翻译标准或原则的探索,国内学者如刘法公(1999)提出了商贸翻译“忠实、准确、统一”的基本原则,并认为广告汉英翻译的原则应为:自然(natural)、准确(exact)、易懂(plain)。张新红、李明(2003)认为商务信函应当遵从准确规范、功能对等原则,商务合同应遵从准确严谨、规范通顺的翻译原则,而商务广告翻译则应遵从创译原则和功能主义原则。李克兴、张新红(2006)论述了“准确性及精确性、一致性及同一性、清晰及简练、专业化、语言规范化、集体作业”六项法律翻译应用性原则,并认为诉讼文书应遵守一致性和准确性翻译原则。邱贵溪(2000)针对目前国内法律文件翻译存在的一些问题,归纳和论述了法律文件翻译的五大原则,即使用庄严词语的原则、准确性原则、精练性原则、术语一致性原则、使用专业术语的原则。王道庚(2006)、李克兴(1999)强调了“一致性”为法律翻译的一项重要质量标准。陈建平(2007)则提出了合同及法律文体翻译可遵循“准确、严谨、规范、统一”的基本原则等。这些翻译原则或标准的最大特点是针对性强,主要适用于特定的实用翻译领域,而且具有可操作性和一定的应用性,对从事实用翻译实践的相关人员具有一定的指导意义。

第二节 功能目的翻译理论对实用翻译的启示

“功能目的论”自提出以来,就一直影响着翻译工作。这一理论认为译者在翻译时应根据译文预期要达到的目的或功能,使用符合译语文化观念和习惯的语言结构进行表达,使译文对译语的读者发挥正确良好的影响。在进行此类翻译中,应该把“译文的目的功能”放在首要位置,不能仅仅满足于“译出”甚至“译好”原文内容,更要考虑到译文在译语语境中是否能达到预期功能或效果。委托人对翻译的具体要求、文本的特殊功能、目的语读者对译文的期待等是实用翻译活动中务必考虑的要素。因此根据文本的目的功能实施翻译策略并且根据目的语文化情景重构文本内容,才能有效实现翻译目的。

一、“功能目的论”和“实用翻译”

实用文体翻译面广量大,文本类型各异,要求多样,非常需要有针对性的理论作指导,发挥理论的对策功能。对策包括理论观念上的、翻译策略上的以及方法技巧上的。在翻译策略上,过去一般以讨论全译为主,而实用文体翻译传递信息往往是有选择性的,或综合地、或概要地、或部分地传递。简而言之,实用文体翻译无论在译法上,还是译品形式上,可变性更大。

“功能目的论”是目的性行为的理论,原文是 Skopos theories(a theory of purposeful action),其中的 skopos 为希腊语,是“目的、功能”的意思。这一理论是由德国功能学派翻译理论的

代表人物卡塔琳娜·莱斯 (Katharina Reiss)、汉斯·J·费米尔 (Hans J. Vermeer) 和克里斯蒂安妮·诺德 (Christiane Nord) 等学者从 20 世纪 70 年代开始先后提出并对其不断加以完善的。这一理论认为: 译文的功能和预期读者是决定翻译方法和策略的主要因素。“对等”翻译理论所侧重的原文及其功能已经被译文在目的译语环境中所要达到的目的功能代替, 后者逐渐成为了翻译过程中译者的出发点。

功能翻译理论的“功能”是指语言的传意 (communicative) 功能, 费米尔给“功能”下的定义是“从接受者角度看到的文本意义或文本意图”。诺德给“功能”下的定义是“接受者对文本的使用或文本对接受者的意义”。可以看出, “功能”是对接受者而言的, 功能理论是面向译语读者的理论。

功能翻译理论注重的不是译文与原文是否对等或译文是否完美, 提出了所谓忠实不是对形式或内容而言的。而文本功能, 它强调译文应该在分析原文的基础上, 以译文预期功能为目的, 根据各语境因素, 选择最佳处理方法, 这使得功能翻译理论比起传统的以“对等”为基础的翻译法或极端功能主义的翻译法显然有了一大进步, 表现出较高的科学性和可操作性。

二、根据文本功能选择翻译方法

从文体功能特征来看, 实用翻译各类体裁以“信息型”和“诱导型”为主, 信息性和诱导性是这类文本的主要特点。按功能翻译理论的观点, 信息性是指译文要突出传递真实世界的客观信息和现象, 保证信息传递的准确、真实和有效; 诱导性是指此类文本大多具有公共宣传品的性质, 功能上注重译文的可读性与读者反应, 意在唤起读者的体验和行动, 因而往往带有现实的甚至功利的目的。如实用性、规范性强的政治经济文件、科技商贸资料以及广告旅游、公共宣传等体裁, 传递文本信息或感化受众是它们的主要功能, 因而大多可根据自身的文本功能来决定翻译目的及相应的翻译策略。

对于实用翻译中“信息型”文本的翻译, 功能翻译理论认为, 应以交流信息, “始终如一地传达文本信息”为第一要义, 信息的准确与真实是这类文本的功能核心, 而不是语言层面上的形式对应。要保证准确客观地传递原文信息, 就必须充分注意源语、译语间的语言文化差异, 有效发挥译文的优势, 使译文表达结构合理、通顺自然, 绝不可因盲目套用原文的语言形式而导致译文堆砌生硬、逻辑不清、信息失真。因此, 译文的形式要从根本上顺从于目的语的习惯用法, 要为译文读者所熟悉, 使读者感觉不出在读译文。为此, 对“信息型”文本的翻译, 应采用功能翻译中的“功能对等翻译”法来处理。例如:

在南京附近的长江畔新建起一座现代化的化纤之城——仪征化纤工业联合公司。在这片方圆 10 平方公里的地方, 有 500 幢住宅楼和风格迥异的公用建筑楼群拔地而起; 还有一座座厂房、仓库、水塔、管架高低交错。这是国家在 80 年代的重点工程之一, 第一期工程于 1984 年建成投入试生产, 现在已进入第二期工程建设。

The Yizheng Synthetic Fiber Complex is a key state project which spreads out over an area of 10 square kilometers in Yizheng County, northeast of Nanjing, Jiangsu Province. Construction began in the late 1980s, and the first phase went into operation in 1984. The second phase is now at about the halfway mark.

从译文中我们可以观察到, 译者首先突出了事实和重点, 他使用了“spread out”来说明

工厂的位置,然后译出了另一个事实,即它的建设时间,其语言具有清晰、简练的特点。译者之所以删去了“500幢住宅楼和风格迥异的公用建筑楼群、厂房、仓库、水塔、管架”这些我们经常可以在描写现代化工厂时使用的词语,是因为中国作者通常喜欢罗列连续的几个词语来显示语言的对称并表现工厂的宏大,但在英语国家,人们并不习惯详细列举这些实体。因此,译者在这里使用删减法合适的,这也与“信息型”文本的翻译要求刚好吻合,在功能上实现了信息的对等交流。

“烟水苍茫月色迷,渔舟晚泊栈桥西。乘凉每至黄昏后,人倚栏杆水拍堤。”这是古人赞美青岛海滨的诗句。青岛是一座风光秀丽的海滨城市,夏无酷暑,冬无严寒。西起胶州湾入海处的团岛,东至崂山风景区的下清宫,绵延80多华里的海滨组成了一幅绚烂多彩的长轴画卷。

Qingdao is a beautiful coastal city. It is not hot in summer and not cold in winter. The 40-km-long scenic line begins from Tuan Island at the west end to Xiaqing Gong of Mount Lao at the east end.

此例译文中删减了中文资料中对译文理解没有帮助的东西。中国人在写事状物时喜欢引用名人名言或古诗古词加以验证,中国读者读了会加深印象,并从中得到艺术享受,而在外国人看来似乎是画蛇添足。译文中把古诗全部删去,不但不影响译文读者对原文中其他部分的理解,反而干净利落,明白晓畅,而译文中的第一句却正是对前面古诗简洁的概括。

三、根据翻译要求调整译文结构

翻译是一种复杂的交际行为,在这一过程中,源语作者、源语读者、译语作者以及译语读者之间是一种互动关系。翻译活动中起最大作用的是交际行为的参与者,而不是源语文本。翻译目的确定,常常在委托者与译者之间磋商进行。就是说,在实际确定翻译目的的过程中,发挥作用的常常是发起人或其代理(有时甚至还可能是译者本人),是他们对翻译的时间、地点、场合、媒介、目的以及译文的读者和功能做出解释,提出翻译要求,而翻译要求的可行性取决于目的语文化环境而不是源语文化环境。从这一观点出发,译者在翻译中完全可以根据具体的翻译要求,着眼于原作者的交际意图与译文预期实现的功能,结合译文读者的社会文化背景知识、对译文的期待、感应力或社会知识以及交际需要等,来决定处于特定译语文化环境中文本的具体翻译策略和手法,从原作多元信息中进行选择性的翻译,不必拘泥于与原文对等而影响译文在译语文化环境中的交际功能。因而,译者对源语文本信息的选择、翻译策略的运用以及译文的表现形式都可以根据翻译要求来决定,对原文内容和形式做相应灵活的处理。在翻译中适当采取删减、增补和调整。例如:

对于久居在一个城市的人,放下长年累月循环往复的工作,带上家人,或约三两好友,到百里千里之外的地方走走看看,总是最有吸引力的选择。况且,又逢秋高气爽的季节,每年国庆长假让人心驰神往的,就是去外地,游山水。不过在这样的旅游旺季出门难免会碰到诸如车票、机票难买,住宿紧张或票价上涨,热门景点人山人海等问题,让你有遭遇“人灾”的烦恼。所以,选定方向和地点,提前做好各种准备,是保证出游好心情的关键。

很明显,这则旅游广告为强化“诱导”功能感化受众,策略上采用了“煽情”的手法,用符合汉语习惯的语言形式迎合汉语读者。但英译时,则必须考虑英语广告规范和行文习惯。

广告以简洁明了为宜,不说与交际目的无关的话,抽象概括出全文的实质性内容,重新谋篇布局,突出旅游信息的传递。

Getting out of town is a great way for urban residents to celebrate the National Day holiday, especially those who want to spend quality time with their families. But many people will have the same idea and some difficulties with your trip that can be expected such a shortage of train tickets, crowded hotels and transit depots. So you'd better take all the possibilities into consideration before you begin your tour. Carefully developing a travel plan can ensure you have a better trip.

译文中短短四句便囊括了原文长长两段的内容,简洁明了,段落结构也合二为一。很明显,译者在全面分析原文语境的基础上,根据各语境因素的提示,适当减少了文本的诱导成分,突出信息功能,并结合考虑版面要求,对原文内容进行了大幅度删减,语义更为浓缩集中,一目了然,强化了译文效果。

四、根据读者情况重置翻译内容

任何翻译都在不自觉地读者服务,读者层不同就得采用不同的翻译方式或手法,如改译、创译、直译、意译等。而就实用文体的汉、英互译而言,其翻译遵循的就是一种让读者“喜闻乐见”而又能“雅俗共赏”的审美标准,偏重信息传递的效果和读者反应,强调实用性和交际目的。特别是“诱导型”功能文本,其性质就像商品广告,带有十足的功利性色彩,目的就是要吸引读者,最大限度地获取推销商品的预期效果。因此,赖斯主张,“对文本读者或听众的明确诱导极其重要”、“语言形式应确定无疑地顺从于文本的非语言目的”、“任何信息内容的语言形式必须让位于获取文本信息的非语言目的,以唤起读者的特定反应,诱发读者的具体行动”。在这种情况下,为突出文本预期的“超语言效果”,“译者偏离原文内容和形式的现象不可避免地会比其他类翻译更多一些”。例如:

有人说,唐装有一种“浓妆淡抹总相宜”的气质。唐装是简约的也是复杂的,简单时它可以全无装饰,通身连缝折都少之又少;繁杂起来却又可以有无数讲究,并且变化无穷:腰收还是放,袖窄一点还是宽一些,立领还是无领,领子高一些还是低一些。

Chinese clothes suit anyone. They can be simply or elaborately cut, with a tight waist, loose or narrow cuffs, wide or erect collars, high or low collars, or none at all.

译文按目的语读者的文化背景和文体规范进行了改写,重构了译文形式,有缩略,有删除,还有语序调整,简明扼要,流畅自然。改写的原因就在于汉、英读者对各自语篇的期待和阅读习惯不太一样,各自理解语言的客观共处环境也有差异,倘若将原文形式和内容生搬硬套于译文,其结果将是啰唆冗长,使人不忍卒读,费力不讨好。因此,着眼于这些因素,对文本进行调整甚至重构,就可为目的语及其环境中的目的语对象创造出目的语背景中的文本,有效实现翻译目的。

综上所述,功能翻译理论对于实用翻译具有极大的实践指导意义,它能去诠释实用翻译中的诸多问题,更深入地探讨翻译中“何为译”、“为何译”以及“译何为”等核心问题。功能翻译理论无论是在宏观策略还是微观技巧上,都为实用翻译提供了充分的理据和可行的途径,研究和探讨二者之间的关系并总结出规律性的东西,可有效指导实用翻译实践,促进实用翻译事业的繁荣和健康发展。

第三节 实用翻译工作者必备的素质

形势的变化和时代的发展给中国翻译工作者提出了新的要求。因此,一名 21 世纪的中国翻译工作者必须与时俱进,适应形势的变化,符合国际化的要求。笔者以为,译场职业人士除了要有扎实的语言素质(linguistic competence)和基本的翻译理论与技巧之外,还必须具备以下素质:①良好的翻译职业道德和翻译作风;②广博的、与时俱进的知识;③良好的文化意识;④熟练且独到的网络搜索技巧。

一、良好的翻译职业道德和翻译作风

译者肩负着沟通两种文化的重任,既要作者负责,又要对译入语的读者负责。而要做到这一点,没有良好的翻译职业道德和翻译作风是不行的。早在清代,著名的改良主义运动先驱冯桂芬就对于当时译者的品质、态度提出批评:“今之习于夷者,曰通事。其人率皆市井佻达游闲、不齿乡里、无所得衣食者,始为之。其质鲁,其识浅,其心术又鄙。声色货利之外,不知其他……”。这样的译者见利忘义,很难以认真负责的态度对待翻译工作。今天的译者在品质上,当然胜过这些人数倍,但是不负责的也大有人在。

职业道德是一个翻译工作者应尽的道德与法律义务。翻译工作者应具备以下基本的翻译职业道德:①尊重作者权益;②译文忠实;③讲诚信、按时提交译文;④内容保密;⑤遵守行规;⑥保存好原件;⑦高度的社会责任感。

所谓翻译作风是指翻译时对待翻译工作所持的态度:是严肃认真一丝不苟,还是马马虎虎草率从事。一个合格、称职的新世纪中国翻译工作者从一开始就应养成严肃认真、不怕麻烦、精益求精的翻译作风,切不可为了取巧,有意漏译,或者为了使译文通顺,将段落首尾相连而中间删节。只要养成了这样的翻译作风,再加上较高的翻译水平,译文质量就能得到保证。

二、广博的、与时俱进的知识

要博览群书,增加自己的“杂学”,当知识的杂家。要搞好翻译,无论是对原文的理解,还是译文的表达,翻译工作者都须有丰富的百科知识,对天文地理、古今中外都通晓,也要了解其中的基本常识。

时代在发展,世界在变化,译者应该能够适应发展和变化,不断地接受新思想、新观念。进入 21 世纪,各国之间的交往越来越多,各种各样的思想从一个国家涌向另一个国家,西方的思想和价值观念不断地传到东方,东方的文化和价值观念也不断地传到西方。因此,译者要有一个开放的头脑,对于不同于自己民族的文化和价值观念不能有抵触情绪,相反,译者应该不断地吸收这些新的文化和价值观念,通过翻译促进文化的交流,丰富本民族的文化。

作为翻译工作者,应该不断学习新的东西,使自己的知识不断更新,同时翻译的观念、方法、样式、标准、风格都应与时俱进。如果不与时俱进,不更新自己的知识结构,那么在做相应题材翻译时,翻译质量肯定会大打折扣。

三、良好的文化意识

译者必须具有文化意识。所谓文化意识,就是译者要认识到翻译既是跨语言,又是跨文化的信息交流。在某种意义上,语言的转换只是翻译的表层,而文化信息的传递才是翻译的实质。文化的差异跟语言的差异一样,可能成为交流的障碍。缺乏文化意识的译者,可能只顾到字面上的转换,而忽视了语言背后的文化问题。因此,要更深刻,更贴切地传递原文的内在信息,译者必须探明英汉双语的文化特征及其差异,并将双语的文化内涵恰当地对接,真实再现原文的面貌。

英国文化人类学家泰勒在《原始文化》一书中,首次把文化作为一个概念提出并将其表述为“文化是一个复合体,包括信仰,艺术,风俗,以及人类在社会里所获得的一切能力和习惯”。文化是人类社会实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。不同的民族在不同的地理环境、气候条件和社会制度中,逐渐形成不同的文化传统、风土人情和社会生活习惯。在翻译中密切注意文化上的差异,对其处理的优劣往往是翻译成败的关键。中西文化差异的主要表现为以下几个方面。

首先是传统文化的差异。尤金·奈达曾指出“就真正成功的翻译而言,译者的双文化功底甚至比双语言功底更重要,因为词语只有在其起作用的文化语境中才富有意义”。英汉两种文化背景差异很大。汉语深深植根于儒家思想。把我国的传统文化视为“儒家文化”。而宗教是西方文化的主导。它渗透到生活的方方面面。基督文化更是说英语国家的文化之源。与宗教信仰有关的词语也大量存在于英语之中。如 as poor as the church mouse (像教堂的老鼠一样穷); Man proposes, God disposes. (谋事在人,成事在天)霍克斯直接引用英语谚语,未作改动,他把原文的佛教色彩变成了基督教色彩。对于英美读者来说,显得自然,容易接受。而我国杨宪益先生把其中的 God 改成了 Heaven 保留了原有的宗教色彩。如果不熟悉中西方文化,是难以正确理解这些语言现象的。

其次是自然环境的差异。世界各民族生活在不同的自然环境中,在语言上也各自带有独特的自然环境色彩。富有各自浓厚的地域文化的印记。英国是一个岛国,航海业和渔业在其经济上有举足轻重的地位。所以就有许多与之相关的词语。如 be all at sea, a drop in the ocean 等。

最后是思维方式的差异。严建明(2002)将英汉思维的差异归类为以下三个方面:整体思维和个体思维,直觉思维和形式逻辑思维以及主客一体思维和主客体分离思维。由于历史文化差异,中国人习惯整体思维,倾向于将事物的各个部分联系起来看待;以英语为母语的人则倾向于把事物分成几个部分进行分析。这差异反映在语言上则表现为:描述事物时,汉语习惯于从大到小,从远到近,由整体到部分,而英语则相反。这就要求学习者在翻译时要注意转换思维方式,以符合英语的表达习惯,避免中式英语。中国人偏综合思维,英美人士偏分析思维。综合思维是指在思想上将对象的各个部分联合为整体,将它的各种属性、方面、联系等结合起来;分析思维是指在思想上将一个完整的对象分解为各个组成部分,或者将它的各种属性、方面、联系等区分开来。英汉思维方式的第二个区别在于中国人习惯直觉思维,而以英语为母语的人习惯逻辑思维;中国人十分重视直觉,讲究悟性,而以英语为母语的人则重视逻辑推理和真凭实据,这导致汉语句式多意合,英语多形合。Nida(1982)认为,这

是汉英句式最大的差异之一。汉语的语法意义和逻辑关系常隐含在字里行间,因此在翻译时,要理清原句各个部分之间的逻辑关系,通过增加连接词等方法翻译成地道英文。例如:

人不(若)犯我,我不(则)犯人。

We will not attack unless we are attacked. (林大津, 1996: 189)

另外,受传统“天人合一”思想的影响,中国人习惯把主体和客体联系为一体,认为两者是互相依存的关系,而以英语为母语的人则习惯区别对待主体和客体,甚至认为,客体为主体所服务,主体可以征服客体。因此,英语是主语显著型语言,而汉语是话题显著型语言(李珂, 2005)。英语语法规则规定每个句子都必须有一个主语,而汉语主语则具有很大的词类兼容性,结构形式多种多样,如有施事主语、时间主语、地点主语等。例如:

夏天很难储藏食品。

(话题)(主题)

It is very difficult to preserve food in summer.

(形式主语)(真正主语)(副词) (李珂, 2005)

由此可见,英汉思维方式的差异造成了英汉两种语言表现形式的不同,对翻译造成了很大影响,因此有必要探讨在翻译中如何调整思维方式以适应目标语的表达习惯。

翻译的过程就是一种语言的转换过程,而这个转换过程需用语言作为其载体。文化是指一个群体所享并被大多数成员所公认的历史、信仰、价值观以及语言等方方面面。因此各种语言都是本民族文化长期发展的产物,是文化信息的浓缩。文化决定着语言的指称内容,所以我们将两种语言进行转换时不单纯是一种符号的转换,更应该是一种文化蕴涵的传递。翻译很自然地就与文化产生了联系并且相互影响。不容质疑,翻译对文化的传播、交流与丰富贡献巨大。

翻译对文化会产生巨大影响,而文化因素在翻译过程中的影响也是不容忽视的。翻译过程不仅是语际交际的过程,而更是跨文化交际的过程。也就是说,我们要通过翻译了解、认识其他民族的文化、生活乃至情感方式。文化因素的存在直接影响到译者对源语(source language)的理解程度以及对目标语(target language)的使用与把握尺度,进而影响到是否能充分、清晰地传达源语所蕴涵的文化信息。

四、熟练且独到的网络搜索技巧

现在是信息爆炸时代,新的东西快速涌现,好的翻译必须向“即学即用”的方向发展。原来的学习模式是预先储存知识,所谓学富五车,现在你这辆大车再大都不够用。譬如,要你翻译一个中国香港的地名“干诺敦道”,你翻阅专门的地名词典要花多少时间?这还是一个大的地名,可能在词典中还查得到。要是查“观日楼”,恐怕任何词典里都没有。但在网络中搜索,则不费吹灰之力。

第四节 高职翻译的定位——初级“工具翻译”

在诺德定义的“工具翻译”中,译语文化被强调,交际语言和环境变成了译文语言和环境

境,原文特征仅作为交际中的参考,重点是根据译文读者的需要传达原文的实际内容。从高职应用英语毕业生的工作性质和英语使用范围分析,高职翻译是一种初级“工具翻译”,它除保证自己与外商沟通畅通外,同时也负责内部管理者与外商的沟通。首先,从他们的工作性质来说,翻译是一种任务性或流程性的工作工具,具有明显的实用功能和目的。江苏省过去几年高职院校毕业分配的统计资料和跟踪情况显示,高职商务英语和旅游英语毕业生的就业集中在中小型企业的基础岗位。目前中小企业接收高职应届毕业生的比例在总招收人数中已经超过50%。中小企业并不设专门翻译岗位,翻译只是跟单员、外销员、涉外导游等与外语有关的岗位的一种工作工具,这些岗位的行业流程性非常明显。实际上,翻译在工作中并不时常发生,往往是在涉及重要交易或涉外活动需要公司高层领导参与时才可能用到,因此这类翻译通常有明确的任务性和目的。

其次,从英语使用的方式和范围来看,他们的翻译是初级的交际工具,在工作中使用英语的方式包括口语、写作和翻译。口语用于涉外商务电话、涉外商务面谈和接待应酬等;写作场合主要包括外商电子邮件和传真的处理等;翻译通常涉及外商洽谈、书信往来、名片等。在这些范围中,翻译涉及的内容主要是简单的工作信息或商务信息,属于初级双语应用,而且它们并不拘泥于原文,明显强化了译语的交际功能,重点在于如何高效发挥交流的中介作用。最后,翻译是中小企业英语应用的中心。在工作中,英语的各种使用方式是交织在一起的,而且中小企业的中高层管理者通常需要通过翻译来与外商进行沟通,只有翻译才能把供应商与采购商,把产品的生产、销售和服务联系起来,因此它成了上述三种英语使用方式的枢纽,这就再次说明了高职翻译的交际功能和重要性。这种工作工具的性质与传统上对翻译的认识差异很大,与普通意义上的应用翻译也有层次上的区别,在某种程度上,它的功能与原始翻译形式“重舌”或“通事”等很类似。虽然其方式、内容和特点说明它属于诺德所说的“工具翻译”,但是高职毕业生作为基层工作者,其工作范围和内容决定了他们工作中的翻译是初级“工具翻译”。因此高职翻译教学就是初级“工具翻译”教学,它在翻译内容、表达、策略、方法和标准上都应该有自己的特点。