

— — — — — 主 编 修月祯 王 颖 吕和发 — — — — —

SHOUJIE QUANGUO LVYOU
JI WENHUA CHUANGYI CHANYE
(DUOYUZHONG) FANYI YANTAOHUI LUNWENJI

「首届全国旅游
暨文化创意产业
翻译研讨会」
论文集
[多语种]



知识产权出版社

SHOUJIE QUANGUO LVYOU
JI WENHUA CHUANGYI CHANYE
(DUOYUZHONG) FANYI YANTAOHUI LUNWENJI

「首届全国旅游
暨文化创意产业」
翻译研讨会 论文集
[多语种]

修月桢 王 颖 吕和发 主编

知识产权出版社

内容提要:

本书是由中国翻译协会、北京市旅游局、北京第二外国语学院主办的“首届全国旅游暨文化创意产业(多语种)翻译研讨会”论文集,共收有论文59篇。

本次研讨会论文涉及全球化语境下旅游翻译理论与实践,旅游翻译教学与研究,应用翻译与旅游翻译,应用翻译教学与研究,中国国家形象、区域形象、企业形象的推广,中国文化的国际传播,中国文化创意产业国际营销推广等各个方面,以更有效地发挥好对外开放在推动中国经济社会发展中的重要作用,全面提高对外开放水平,促进国际化都市、旅游目的地的语言环境、人文环境建设,促进产业升级和持续发展。

责任编辑:马 岳 国晓健 装帧设计:臧 磊

图书在版编目(CIP)数据

首届全国旅游暨文化创意产业(多语种)翻译研讨会论文集/修月祯,王颖,吕和发 主编. — 北京:知识产权出版社,2008

ISBN 978-7-80247-264-8

I. 首… II. ①修… ②王… ③吕… III. 旅游—翻译—学术会议—文集 IV. H059-53

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第141185号

首届全国旅游暨文化创意产业(多语种)翻译研讨会论文集

修月祯 王 颖 吕和发 主编

出版发行: 知识产权出版社

社 址: 北京市海淀区马甸南村1号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010-82000893 82000860 转 8101

责编电话: 010-82000860 转 8171

印 刷: 北京凯达印务有限公司

开 本: 787mm×1092mm 1/16

版 次: 2008年10月第一版

字 数: 660千字

邮 编: 100088

邮 箱: zscq-bjb@126.com

传 真: 010-82000893

责编邮箱: mayue119@139.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 29.25

印 次: 2008年10月第一次印刷

定 价: 68.00元

ISBN 978-7-80247-264-8/H·020(2318)

版权所有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

编 委 会

修月祯	王 颖	吕和发
李向民	程尽能	王美玲

编 者 的 话

世界向我们走来！

中国正走向世界！

由中国翻译协会、北京市旅游局、北京第二外国语学院主办，北京第二外国语学院承办的“首届全国旅游暨文化创意产业（多语种）翻译研讨会”于2007年10月20日至21日在北京第二外国语学院举办。

本次研讨会探讨了全球化语境下旅游翻译理论与实践，旅游翻译教学与研究，应用翻译与旅游翻译，应用翻译教学与研究，中国国家形象、区域形象、企业形象的推广，中国文化的国际传播，中国文化创意产业国际营销推广，以便更有效地发挥好对外开放在推动中国经济社会发展中的重要作用，全面提高对外开放水平，促进国际化都市、旅游目的地的语言环境、人文环境建设，促进产业升级和持续发展。

中国时刻准备着，准备着以多彩的文化，崭新的风貌，国际的标准，优越的人文语言环境迎接四方来宾。

编 者

2008年5月

目 录

中国文化“走出去”(黄友义)	1
达旨·循规·共喻——应用翻译三原则(方梦之)	4
论应用翻译理论范畴建构及其概念化表征	
——从旅游翻译理论研究的可描述性、可证性与可操作性谈起(曾利沙)	14
“英译汉化”: 对外旅游景介翻译之大敌(贾文波)	25
影视译制的理念	
——对我国译制产业发展的思考(麻争旗)	36
旅游翻译专业化与职业化道路的有益探索	
——首届全国旅游暨文化创意产业(多语种)翻译研讨会述要(武光军)	47
变译理论在旅游翻译中的应用(仇全菊)	51
英语新闻标题的语言特点及汉译技巧(丁莉)	60
关于“国际旅游传播中的国家形象”研究	
——两个核心概念的探讨(马诗远)	71
文化共核、文化差异与旅游翻译(马振涛)	80
关于北京双语交通指示牌中路名的罗马拼写问题(马辉)	85
公示语翻译——基于译入语文化特征的归化翻译模式(车宁薇)	89
从文化的角度试析中国如何应对反倾销诉讼	
——兼议旅游业在反倾销诉讼中的作用(王同军)	97
旅游文本“功能翻译”论(王卫红)	105
苏珊·巴斯内特翻译模式论述评(王勇智)	113
国家形象的推广与翻译的政治(王磊)	118
旅游景点介绍汉日翻译规律(韦平和)	125
从语篇分析的视角看旅游翻译(卢涤非)	135
文化差异与旅游词汇汉英翻译的不对应性(冯蕾)	142
中英文旅游宾馆介绍语篇的语用对比分析及其对翻译的启示(叶苗)	146
北京市著名历史文化景点建筑名称	
及景点介绍英译的现状与评析(刘秀芝 李红霞)	157

语言外语境与中英文翻译

——从系统功能语言学角度谈起(刘贵珍)	169
析《前赤壁赋》英译兼谈文学翻译之难(刘万云)	180
功在细处,绳断细处:旅游地名翻译的范式与应用	
——兼评《徐霞客游记》英译本(任小玫)	186
语用关照下的汉英公示语翻译探析(杜开怀)	198
从文本功能看旅游资料的翻译标准(孟梅艳)	206
涉外导游词汉译英文本分析模式之研究与应用(孟愉)	212
基于语料库对中国英语学习者使用英语请求语的调查研究(陈浩 申彩红)	219
游学英语:开放式英语教学的一种尝试(邵有学)	224
英语旅游语篇与河南省英译旅游语篇的跨文化对比(汪翠兰)	231
取法乎上,深入浅出	
——漫谈涉外旅游活动中诗词佳句汉英翻译的目标与对策(吴伟雄)	242
中西思维差异异质性在外语导游解说中的应用(杨红英 花萌)	252
英汉翻译中的模糊限制语(杨华)	262
北京奥运形象工程旅游景点翻译	
——考虑游客需求,注重文化差异(罗洪燕)	268
从一则楼书的翻译谈起(周建萍)	274
公共标示语的汉译英(周君)	282
博物馆景点牌示中译英翻译实例赏析(周蔚洁)	293
几个与绍兴相关的地方文化词汇的翻译(胡六月)	301
浅谈全球化背景下中国文化的国际传播(王娟 张占军)	307
全球化趋势文化与翻译(唐万珊)	314
广西旅游英语翻译探究(张海琳 饶莉啦)	319
良性的互动:旅游翻译工作者的跨文化意识与专业化发展(张欢 吴荣辉)	326
跨文化因素与英语电影片名的翻译(赵菁)	334
应用翻译研究与应用翻译教学谈(彭娜 曾利沙)	339
旅游宣传文本的功能与目的及其在英译中的实现(高玲)	344
评价理论框架下对“不忠实”翻译现象的研究之二	
——公共牌示翻译案例研究(钱宏)	351
浅析旅游翻译的技巧(袁笠菱)	364
商务英语语言及翻译标准的确立(袁连荣)	370
原作生命力的延续	
——《芒果街上的小屋》汉译本评析(夏美芳)	381
公示语英译中的词汇搭配错误剖析(韩洁)	391
北京市旅游星级饭店简介翻译中存在的问题及解决对策(程尽能)	398

“信”的求索

——关于社会科学著作翻译实践的思考（董岩）	407
目的法则在外宣翻译中的运用（曾琳）	412
论汉语流行新词语的英译（翟润梅 陈李萍）	418
重视公示语汉英翻译的读者（廖运刚 陶莉）	424
菜单翻译的跨文化解读（谭晓晖 薛红卫）	431
旅游指南话语信息传译策略的选择机制（颜方明）	437
浅议跨文化交际中的语用等效翻译（薛丽平）	443
“桂林山水甲天下”吗？	
——名句背后的思考（蒋文惠 蒋岳红）	449

中国文化“走出去”^{*}

黄友义

由中国翻译协会和北京第二外国语学院共同主办的“首届全国旅游暨文化创意产业（多语种）翻译研讨会”在这里举行。我代表中国翻译协会、世界翻译家联盟、教育部翻译硕士专业教学指导委员会向研讨会的召开表示热烈的祝贺，向来自全国各地的专家学者表示诚挚的敬意！

两年前的9月，“首届全国公示语翻译研讨会”在这里隆重召开，此后中国翻译协会倡导的“完善城市公示语翻译”活动在全国如火如荼地展开。两年来，在各级政府组织、专家学者、广大民众的共同努力下，北京、广州、上海、深圳、青岛等地的语言环境和人文环境得到明显改善，城市的国际化程度显著提高，为奥运会和世博会的成功举办提供了重要保证。

今天，专家们济济一堂，共同探讨旅游暨文化创意产业（多语种）翻译问题，这既是公示语翻译研究的拓展，也是应用翻译的深入，更是探求翻译理论创新、翻译理论与实践紧密结合的良好契机。

在世界文明发展的历史长河中，在世界不同文明的交流与融会中，翻译始终都起着不可或缺的先导作用。21世纪是全球化的世纪，是人类交往更加频繁、交往领域更加广阔的世纪。随着全球化进程的加速，翻译作为沟通中外交流的桥梁和媒介，让世界了解中国，也让中国走向世界，发挥着难以替代的作用。

多样性是人类文明的一个基本特点，各种文明在相互尊重的基础上开展交流，取长补短，共同发展，是推动人类文明不断进步的动力之一。实践证明，真正实现国家间、民族间的良性跨文化交流，文化和文化产品的交流远比政府、官员交往来得更为实效。旅游与文化有着天然的联系。旅游是文化的形和体，文化是旅游的根和魂。中国是文明古国，文化大国。悠久丰富的文化资源是旅游大国的根本资源和依托。中国文化不仅要为树立中国形象、建设和谐发展环境、促进民族融合继续发挥强大效用，还要将产业化的文化产品推向世界，将世界民族的文化精华引进我们的精神、文化生活之中。在此旅游业承担着文化沟通和交流的历史使命。

^{*} 中国翻译协会副会长黄友义在首届全国旅游暨文化创意产业（多语种）翻译研讨会上的演讲。

中国文化“走出去”，除机制、体制建设及其他方面的措施外，翻译工作是其中一个重要环节和条件。更完整、系统、准确、深入地向世界说明中国，真正实现中国文化与世界文化的汇通与融合，这是时代的一个重大命题，也是翻译工作者所应承担的社会责任和历史使命。实现中国文化“走出去”的另一个重要战略措施就是请海外旅游者走进来，即采用Pull的策略，采用文化“体验”方式、互动方式展示中国，促进民间交流，为方兴未艾的文化创意产业输送高端消费客源，为奥运会及后奥运的首都乃至全国的经济、文化发展注入活力。

国际旅游传播或优质信息服务都离不开翻译。而目前培养专业、高层次翻译人才的国内高校，新开设翻译硕士专业的院校都没有把足够的注意力集中到旅游翻译上。旅游翻译，由于其特殊性、多样性与难度（比如它需要第一线的丰富实战经验、复合性的职业经历和敏锐的跨文化交际意识及能力），仍不为我们的翻译工作者所熟悉和掌握，乃至被冷漠、被忽视。就国家形象或“面子工程”而言，出现在国际旅游目的地、旅游景点的翻译错误触目惊心；而就作为旅游大国的中国而言，参与全球化旅游业竞争，无论从宏观层面上还是从微观层面上，我们的跨文化旅游翻译和导游口译，与作为翻译的重要组成部分的旅游网络全球化、国际化和本地化等，都还处在有待成熟、发展、创新的阶段。总之，翻译人才短缺已经不仅仅是旅游产业一家的问题了。

当然，旅游翻译人才的培养寄希望于高等院校，尤其是外语院校及其与旅游部门的合作。广外、复旦、北外等七所高校获得教育部批准试办“翻译”本科专业；北大、南大等15所高校获得了试办“翻译硕士专业学位”项目的资格，这无疑是近年来我国翻译学科发展的一个重要里程碑，为我国培养高层次、应用型的专业化翻译人才提供了难以替代的途径，为我国翻译学的学科发展指明了方向。与此同时，翻译专业的建设问题也摆在了我们面前，这一新兴专业的建设任重而道远，需要教育界同仁的共同努力。

然而，不论是本科翻译专业，还是翻译硕士培养，都面临师资匮乏的问题。在这种形势喜人、形势逼人的境况下，唯有整合师资资源，加强跨地区、跨部门的协作才是中国高层次翻译人才培养的出路。作为复合型特点特别突出的旅游翻译、文化创意产业翻译更需要这种整合。

我很高兴出席今天的开幕式。来自全国旅游翻译研究教学第一线的专家和从事旅游翻译服务的专家走到一起，探讨旅游翻译理论与实践、应用翻译理论创新、旅游翻译硕士博士培养等亟待破解的难题，仅从这一点来说，此次研讨会的意义就不仅仅是学术层面的，更是为中国的文化真正走向世界而迈开的更为坚实的一步，意义着实重大。

近年来，我曾在多个场合提出“可不可以把培养中译外人才作为翻译学科建设和教育培训的一个重要课题”的意见；今天，在这里我要提议：可不可以把培养旅游翻译人才，包括文化创意产业翻译人才作为翻译学科建设和教育培训的另一个重要课题进行可行性研究？一旦确认必要、可行，那么教育部翻译硕士专业教学指导委员会、中国翻译协会将全力支持，整合师资、开办试点，时机成熟，推而广之。

旅游翻译教学、研究和实践不是短期行为、权宜之计，有着重要的理论意义和深远

的战略意义。纵观世界翻译研究史，不难发现文学翻译理论研究、经典翻译理论研究已经形成体系和流派，相对完善和成熟；而近年来翻译理论研究的突破是在应用翻译领域。鉴于应用翻译理论研究历史相对短暂，涉及广泛，需求殷切，特点鲜明，在全球化背景下实现理论创新和突破的空间也就极大。2005年由桂林市政府与中国译协共同举办的“桂林山水甲天下”名句译文征集活动吸引了众多国内外知名专家、学者热情参与。这一名句被译成英、法、俄、西、德等40多种外国语言文字，有效促进了桂林与世界的交流和文化的传播，延伸了这一名句的文化内涵。本着精益求精的精神，2006年初中国译协决定对“桂林山水甲天下”名句的英文译文再次进行专题研讨。与会专家一致认为，仅仅传达原句的字面意义是不够的，译文应当采用诗的语言，体现原文的精髓；读起来要琅琅上口，不宜过长。经过热烈的讨论，专家们一致肯定了“By water, by mountains, most lovely, Guilin.”这句英语译文。研讨会在轻松、愉快的氛围中结束，但是这样翻译是否符合受众的文化和思维习惯、是否符合海外旅游者的文化和思维习惯、是否是特定语境下的语言风格等的探讨一直在延续，此次研讨会上还有不少专家学者提出新的译法、新的见解。翻译研究百家争鸣，百花齐放，翻译的理论创新才有可能，翻译的实践才更加目的具体，受众明确，功能突出，传播精准。

2008年第18届世界翻译大会将在上海召开，这将是中國翻译界向世界翻译界宣传中国的一次盛会，也是中国翻译界向国内其他行业展示自我的一次机会。我们今天在这里的研讨可以说是2008世界翻译大会的一个序曲。期望明年8月我们大家在上海再次相聚，让世界分享，与世界交流我们旅游翻译和应用翻译研究的新知硕果，共同探讨促进世界翻译文化进步的途径。

达旨·循规·共喻——应用翻译三原则

方梦之

(上海大学外国语学院)

摘 要: 从理论层面研究应用翻译,是近几年来应用翻译研究的一大进步。林克难教授对实用翻译提出“看易写”的翻译原则,丁衡祁教授对公示语翻译提出模仿—借用—创新的翻译模式,杨清平提出“目的指导下的功能原则与规范原则”。这些翻译模式或原则的提出都有积极的意义及其适用性。本文受以上研究的启示,根据严复的翻译思想和翻译实践,结合文化学派规范理论和功能目的论,提出应用翻译的达旨—循规—共喻三原则,以在更大范围内适应应用翻译的实践和研究,提高理论的概括力和解释力。达旨——达到目的,传达要旨;循规——遵循译入语规范;共喻——使读者晓畅明白。翻译过程以“达旨”为目的,以“循规”为纲要,以“共喻”为手段。三位一体,相辅相成,不可分割。

关键词: 应用翻译;达旨;循规;共喻;严复;目的论

在我国传统的翻译研究中,有相当一部分涉及应用翻译,特别是科技翻译。在我国翻译史上东汉至唐贞观年间有过佛教翻译的辉煌。佛教翻译衰微后,明末清初掀起了科技翻译的高潮。这对我国的传统文化、科技知识、语言文字都产生了极大的影响。在大量的科技翻译的基础上,必定有经验的积累和对一些普遍性翻译问题的探讨。130多年前,傅兰雅在《江南制造总局翻译西书事略》中有专章讨论“译书之法”,总结“华文已有之名”的翻译、“设立新名”的方法以及如何“作中西名目字汇”等。之后,严复翻译出版《天演论》并发表“译例言”,提出“信达雅”的翻译标准,译界至今深受影响。《天演论》宣传物竞天择、适者生存的进化论思想,实际上是一部科普作品。研究应用翻译不能不研究《天演论》及“译例言”。“五四”前后,对于译名问题、科学术语的定名也有过详尽的讨论,吸引了包括鲁迅等许多有识之士参加。总的来说,历来在技术层面上探讨翻译,理论问题少有涉及,因为人们把翻译当作一门技艺。

国外研究应用翻译理论比我们早。1954年Casagrande对翻译作了4种分类,提出应用翻译(pragmatic translation)的目的是“尽可能有效地、准确地翻译信息”,“关注的重点是“信息内容本身,而非信息的美学形式、语法形式或文化语境”(转引自 Mark Shuttleworth & Moria Cowie 2004: 129)。1977年德国功能目的论创始人豪斯在她的《翻译质量评介模型》(A Model for Translation Quality Assessment)中提出隐性翻译和显性

翻译。1988年纽马克在他的《翻译教程》(A Textbook of Translation)中提出交际翻译和语义翻译。1991年德国功能目的论的继承人诺德在她的《翻译的语篇分析》(Text Analysis in Translation)中又进一步提出工具翻译和文献翻译。他们的理论都是以文本的分类为基础。其中,隐性翻译、交际翻译和工具翻译主要都是针对应用翻译而言的。尽管它们的理论背景和内涵不尽相同,但是思想目的是共通的。无论是隐性翻译、交际翻译还是工具翻译,都是以传达信息为主的翻译,要求在正确传达原文信息的基础上,译文流畅自然、通俗易懂,摆脱原文形式的束缚,使人读起来不像读译文。

一、中西互补

在译论研究中,我们需要继承传统的思想脉络和固有的理论特色,吸收外来有用成分来讨论面临的问题。三原则是根据严复的翻译思想和翻译实践,结合文化学派规范理论和功能目的论提出来的,是一次中西翻译理论元素相结合的尝试。达旨——达到目的,传达要旨;循规——遵循译入语规范;共喻——使读者畅晓明白。三者各有侧重,互为因果。其中,“达旨”和“共喻”源自严复的“译例言”;“循规”源自文化学派的翻译规范理论:翻译活动发生在一定的社会文化环境之中,译者为使翻译获得认可,就必须遵守译文社会的规范。显然,作为翻译原则,我们要吸取的只是“达旨”、“循规”、“共喻”,源出文本思想的合理内核,而非照抄照搬。

过去国内一谈翻译理论就是针对文学的。但是文学翻译理论一统天下的局面现在已被打破。这从近几年我国出版的许多应用翻译方面的著述可见一斑。例如,郭建中的《科普与科幻翻译》、李长栓的《非文学翻译理论与实践》、贾文波的《应用翻译功能论》以及我本人编著的《英汉—汉英应用翻译教程》等都结合各自的主题,有专章的应用翻译理论探讨。除了这些专著或教材以外,在应用翻译研究的期刊论文中单纯的实例堆积少了,理论分析和理论研究加强了,理论意识普遍加强了。应用翻译理论既从语言学派那里得到支持,特别是功能语言学和语用学的支持,也从文化学派那里得到支持,例如关于意识形态、翻译的社会文化规范理论等的应用。

应用翻译的研究者不但从各个领域提出翻译实践的对策性理论,而且从宏观上提出翻译的原则和标准。早在2003年林克难教授就提出“看译写”(后来改为“看易写”)的翻译原则;随后,丁衡祁教授针对公示语的翻译提出模仿—借用—创新的翻译原则;杨清平提出“目的指导下的功能原则与规范原则”等。这些原则或模式都从吸收外来成分和从不同角度提出,对于指导翻译实践或作进一步的理论研究,都有重要意义。但是,作为宏观理论,上述原则或模式的解释力和概括力尚有欠缺,为此,本文提出应用翻译达旨—循规—共喻的总原则,以在更大范围内适应翻译实践和研究,提高理论的概括力和解释力。现探讨如下。

二、达旨

1. 《天演论》与达旨

“达旨”是严复翻译《天演论》的基本思想。严复的《天演论》就是达旨式的译文。他在译例言中对“达旨”的解释是：译文取明深义，故词句之间，时有所颠倒附益，不斤斤于字比句次，而意义则不倍本文。题曰达旨，不云笔译，取便发挥，实非正法（转引自罗新璋，1984：136）。这里严复解释他如何达旨。事实上，严复的达旨还有另一面——通过翻译来达到他的抱负和目的。汉语的“旨”有“意义”、“目的”双重意思。所以严复达旨的双重性在于：在表达原作意思的同时，达到译者的目的。或通过传达原文之旨（意思）来达到译者之旨（宗旨）。

严复的达旨，发端于他译书的目的。他在《原强》一文中说：“意欲本之格致新理，溯源竟委，发明富强之事，造端于民，以智、德、力三者为之根本。三者极盛，则富强之效不为而成；三者诚衰，则虽以命世之才，刻意治标，终亦隳废”（转引自王克非，1997：118）。严复以探究“格致新理”来促进国家富强，这是他译书的总目标。

另一方面，严复为了达原文之旨，“不斤斤于字比句次”，不拘于原文形式，重在内容，采用多种有效手段，用自己的语言译述，这是今天我们仍然可以借鉴的。严复为了达到他本人之“旨”，在翻译中还采用一般译者不屑、不为或不乐的种种方法，例如，“取便发挥”，替换实例，改造原文，甚至把自己的观点强加于原文之类的“实非正法”。在《天演论》的翻译中“他一半通过翻译，一半通过按语，将他认为必需的达尔文基本原理、斯宾塞普遍进化观和赫胥黎以人持天、自强保种之新观点一一摄取，连同他自己的理解、倾向和强调，综而统之，注入书中”（王克非：119）。严复达旨的高度常人很难达到，“他‘于西学中学，皆为我国第一流人物（梁启超语），是‘19世纪末年中国感觉敏锐的人’（鲁迅语），才有可能胜任这种以达旨式译法传播西学的重任”（转引自王克非：132）。这里，我们借用“达旨”两字，主要就他的翻译思想而言，同时吸纳他的颠倒附益、长句短译、增译减译等方法，而“取便发挥”等“非正法”则不属于我们讨论的范围。所以对严复翻译上的做法，许多地方我们要学习，但有的大可不必。

2. 翻译目的论与达旨

翻译目的论（Skopos Theory）要求译文达到预期的目的和功能。应用文体翻译都有现实的甚至功利的目的。翻译一则广告是为了向受众宣传或推销产品，翻译科技文本是为了传达相关信息，翻译商贸文件是为了业务交往……目的论还认为，原文和译文是两种独立的具有不同价值的文本，会有不同的目的和功能，作者通过源语文本提供信息，译者则将源语的语言和文化信息有条件地传递给目的语的接受者。至于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，则决定于翻译委托人和译本接受者的需要和愿望。目的论的理论核心在于翻译的目的，即为达旨。

在应用翻译中除了等功能翻译外，还有异功能翻译（heterofunctional translation）。

就翻译的目的论而言,目的是首要的,功能可以因目的的改变而改变。例如,根据翻译委托人的意愿,译者可将以呼唤功能为主的原文只翻译其信息内容,委托人也可能要求译者把几篇主题相同文章综合翻译成一篇综述性文章。显然,这篇综述性译文的功能既不同于某篇文章的功能,也不会等同于几篇原文的功能的总和。

开译之前,译者要了解委托人或客户对翻译的要求和目的,也就是要了解译文的预期功能、译文读者、翻译的时间、译文的篇幅或信息含量、译文的传播媒介等。

这就是所谓的翻译要求或翻译纲要(translation brief)。翻译要求也可以由客户和译员共同讨论完成。译员根据翻译要求制订翻译策略,翻译要求成为译者翻译工作的目标。

“应用翻译涉及人们日常接触和实际应用的各类文字,包含科学技术、对外宣传、社会生活、生产领域、经营活动等方方面面”,“应用文体包罗广泛,不同的次语域具有不同的特点。信息性、劝导性和惹名性是绝大多数应用性语篇具有的主要特点”(方梦之,2003)。在应用翻译中要接触大量的信息型文本,如教科书、技术报告、报刊文章、学术论文、会议纪要等。信息型文本的核心是关于某个主题的事实,是语言之外的现实世界,因而信息和客观事实是翻译的着力点。诺德认为,“信息型文本的主要功能在于向读者提供真实世界的客观事物和现象。语言和文体形式的选择应该服从于这一功能”(Nord,2001:37)。

除了信息型文本外,应用翻译还面对以呼唤功能(vocative function)为主的文章,如通知、广告、企业推介、宣传文字等。这类文章有较强的劝导性,着力点在于号召读者“去行动、去思考、去感受”。当然,许多文章是以一种功能为主,兼有其他功能的。不管怎样,在形式和内容的关系上,翻译应着重于意义和精神,而不是拘泥于原文的语言形式。奈达认为,“作为职业翻译,最重要的是有效地传递意义,因为意义才是客户们确切想要和需要的东西。他们所关心的不是文本的形式特征,而是文本的内容”(Nida,2001:128)。可见,坚持达旨的原则乃是译者的根本。

可见,应用翻译的达旨包括达到目的和传达意义两个方面,两者互为因果,不能偏废。功能只是译文的一种可以把握的属性。

三、循规

循规即遵循译入语的文化规范(一般如此)。文化学派认为规范是社会文化对翻译的约束力。“翻译是一项受规范制约的行为”(Toury,1995:56)。赫曼斯说:“规范是心理和社会实体,是人们互动交际中重要的构成因素,属于社会进程中的一部分。从广义上讲,规范涵盖常规与法令之间的全部领域”(Hermans,1996:31)。可见,翻译规范是译者的翻译行为所遵循的原则,翻译法令、翻译标准、翻译规则和翻译常规等都是翻译行为原则,它们虽然对翻译行为的约束力有强弱差异,但都应被纳入到“翻译

规范”的范畴之内。

1. 服从政治语境

从权力话语的角度来看,翻译是一种双重权力话语制约下的再创造活动。对于同一现象在不同政治语境制约下会有不同的说法。例如,1997年出版的《牛津英语新词词典》(The Oxford Dictionary of New Worlds)记载了“dragon”的新义,其释义是“any of four Asian countries, South Korea, Taiwan, Singapore, and Hong Kong, which developed booming economies based on high-technology exports”。该词典的释义需要在“countries”后增加“or regions”,其译文应为“倚赖高技术产品出口而经济得以迅猛发展的韩国、新加坡、台湾和香港这四个亚洲国家或地区之一”。译文中必须加上“地区”,因为台湾和香港属于中国,不是country。

笔者曾翻译过一篇文章,内有以下语段:

While facing foreign pressures, China was also weakened by social unrest which resulted from a great increase in population and inadequate farmland. This led to peasant uprisings. The most serious one was the Taiping Rebellion, led by Hong Xiuquan. The rebellion was one of the *most destructive* unrest in history, taking as many as 30 million lives...

中国面临外患的同时,又因人口大增和耕地不足,引发社会动荡,国力减弱,农民起义此起彼伏。其中最重要的一次是洪秀全领导的太平天国运动。这是历史上规模最大的一次农民起义,3000万人为之付出了生命。

可以看出,原文作者对太平天国运动持保留或否定态度,用一些中性词或贬义词来作描述,如:“uprising”(暴动,起义)、“rebellion”(造反、叛乱)、“the most destructive”(最具破坏性的、毁灭性的)等。笔者根据我国普遍持有的政治历史观,按照我国的政治语境,对原意有所改动。当然,对于资料性文字或学术性观点,改译需另当别论。

翻译是不同文化思想交流的手段,是为一定的社会集团服务的。在对外宣传的翻译中,可有可无的,甚至于有损于我国形象的文字,应予以删节,例如:

中国市场动态:需要测试仪器

中国涤纶长丝的生产,将不再扩展生产能力而着重开发新产品和提高质量。为此需要进口相当数量的各类测试仪器以及染料和油剂等辅料。据了解,由于前两年盲目引进设备,目前已有的和即将投产的涤纶长丝的生产能力已达29万吨/年,远超过每年18万吨的社会总需求量。

CHINA MARKET: Testing Instruments Needed

For less but better and newer dacron fibre products, China needs advanced testing

instruments, dyestuff, oils and other subsidiaries. The country is drastically cutting down its annual dacron fibre productivity of 290 000 tons, as its home need is 180 000 tons.

上例中，“由于前两年盲目引进设备”之类的评论性词语可不必译出，因为这则短讯的主题是“中国市场动态”。

此外，涉及政治立场问题时，“循规”也有例外，对此本文限于篇幅，不作展开。

2. 顺应民族文化

一种语言代表一种文化。文化包括民族的思维方式、心理意识、语言习惯、历史传统、习俗信仰、地域风貌等一系列因素。从某种意义上说，翻译就是翻译文化。例如，在思维方式和语言表达上就有许多不同的地方：

我公司经营各类城市绿化专用树苗几十个品种50余万株，完全达到随来随购，顾客满意的程度。

The company's stocks of dozens of species (a total of 500 000-odd saplings) are sufficient to meet the demand of urban tree planting.

译文中的 sufficient to meet the demand 足以传达原文中的“随来随购，顾客满意的程度”，这里的汉语思维方式无法通过英文传达出去，硬译出来，译文会显得臃肿，不忍卒读。又如以下广告语：

A world of comfort—Japan Airlines

充满舒适与温馨的世界——日本航空公司

Coke refreshes you like no other can.

没有别的食品能像可口可乐那样使您精神豪爽；

没有别的罐装饮料像可口可乐那样使您清新。

上例中“can”语义双关，汉语无对应词，只能分别译出。

3. 符合规范制度

不同的国家奉行不同的货币制度、纪年制度和技术规范，也有不同的职称、职衔，翻译时常需转换或改译，采用译入语国家的相应说法。为此，译文有时必须加以调整。

Sandringham 52°49'N 0°30'E A village in E England, in Norfolk. The Sandringham estate was bought by Queen Victoria for Prince of Wales (later Edward VII) in 1861.

桑德灵厄姆 东经0°30'，北纬52°49'。英格兰东部诺福郡一村镇。1861年维多