

汉英英汉 高级口译教程

张 文 主 编

CHINESE – ENGLISH
ENGLISH – CHINESE

**Advanced
Oral Interpretation Course**

旅游教育出版社
· 北 京 ·

责任编辑 韩同春 赖春梅

图书在版编目(CIP)数据

汉英英汉高级口译教程 / 张文主编. — 北京 : 旅游教育出版社, 2004.3

ISBN 7-5637-1128-7

I. 汉... II. 张... III. 英语-口译-教材 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 072506 号

汉英英汉高级口译教程

张 文 主 编

出版单位	旅游教育出版社
地 址	北京市朝阳区定福庄南里 1 号
邮 编	100024
发行电话	(010) 65778403 65728372 65767462(传真)
本社网址	www. tepcb. com
E-mail	tepx @ sohu. com
印刷单位	北京市京东印刷厂
经销单位	新华书店
开 本	850 × 1168 1/32
印 张	14
字 数	295 千字
版 次	2004 年 3 月第 1 版
印 次	2004 年 3 月第 1 次印刷
印 数	1 ~ 3000 册
定 价	24.00 元

(图书如有装订差错请与发行部联系)

主编 张 文

编委 戚文琴 刘阿英 宿荣江

鲁 勤 曾 琳 朱咏梅

马志胜

前 言

随着社会的进步、科技的飞速发展、全球一体化进程的加快和国际交往的增加,外语教学如何更好地面对现代化、面对世界、面对未来,如何最大限度地激发学生的学习积极性和主动性,成为外语教学所面临的极大挑战。

1998 年底由教育部高教司转发的《关于外语专业面向 21 世纪本科教育改革若干意见》提出了外语专业人才的培养应由知识型、专才型向能力型、通才型和复合型方向转变。

外语教学只有打破传统的教学模式,将知识传授与能力、素质的培养融为一体才能适应新形势的需要。在这方面,口译教学具有独特的优势。2000 年 5 月颁发的《高等学校英语专业英语教学大纲》将口译课列为必修课,正说明了对口译课程功能的普遍认同。

近年来,我国陆续出版了多种口译教材。尽管口译教师在口译教学方法和教材编写方面的探索取得了一些成果,但仍存在着不少的问题,例如:过于强调技巧训练,而忽略了我国学生学习外语的具体情况 and 实际外语水平;教材编写的理论基础薄弱,训练方法单一;语言过于书面化;所提供的语篇内容缺乏“原汁原味”的真实性等。教材的科学性、实用性和可操作性是教材编写的关键,也是开好口译课的保障。根据我国外语教学的特点、学生的具体情况以及新形势的发展需要,我们认为目前口译教材的编写应主要达到三方面的目的:(1)使学生掌握口译的基本技巧,具备一定的口译能力;(2)提高学生的语言整体水平;(3)扩大学生的知识面,增强他们对客观世界的认知能力。这也是我国编写《汉英英汉高级口译教程》的指导思想。

本教材的编写是按专题组织语篇练习,选择大众化的主题作为

每一单元的专题。这样编排有以下好处:(1)可以有系统地、由浅入深地对学生进行各种题材和形式的口译训练;(2)便于学生在口译前进行背景知识、语言方面的准备;(3)随着时代的发展、社会的进步,口译的内容会发生不断的变化,但大众化的主题不会变。任课教师只要更换课文练习,即可保持教材的时代性。

本教材的课文练习设计为开放式的,即任课教师可根据形势的发展、热点的转移、科技的进步以及参训人员的具体情况,充分利用现代媒体(报刊、广播、电视、因特网等)的信息资源,随时更换、更新、增加或减少语篇练习。

口译是一门实践性很强的课程。只有通过大量的练习才能“熟能生巧”,才能达到良好的口译效果。因此,译例练习在本教材中占较大的比重。

本教材语篇练习的选材具备以下特点:

- 题材真实性——即源语一定是原汁原味的。不采用译自中文或英文的语篇,而选择反映源语国家文化和生活的资料,如风土人情、社会问题、环境问题,以及政治、经济情况等。而且,还选择一定量的口译现场实况资料,包括声像资料。以便让参训者在训练的一开始就真正面对两种语言、两种文化的差异。而且权威性的材料将有助于加强参训者对文化差异的感知,同时又是锻炼其处理文化差异的能力的素材。另外,通过选择这样的材料也可以让参训者了解操这种语言的人如何看待事物,如何观察世界,了解他们如何用他们的语言来反映他们的思想、习惯、行为,了解他们社会的文化。

- 题材现时性——语篇练习的选材新,以保证参训者的语言水平、词汇和知识跟上时代、社会、语言的发展。

- 题材的广泛性——尽量使教材的内容包括大众化主题的方方面面,使教材的知识覆盖面宽、信息量大,以增强参训者“功力”的底蕴。尤其是对尚未走上社会的学生,本教材可帮助他们提高对客观世界的认知水平。

- 体裁的多样性——尽可能多地选择各种各样的讲话体裁,如采访、会议发言、商贸谈判、新闻发布会、参观访问等。体裁不同,

语言的风格和措辞也就不同,普遍接触各种语言风格可以使受训者更具适应性。

本教材的适用对象为英语专业本科高年级学生、相应水平的各类英语培训班和口译训练班学生。同时也可作为通过英语六级考试的在校生、毕业生、研究生和其他人员的自修教材。

本教材可供 72 至 144 学时(2—4 课时/周,两个学期)的口译课程使用。由于课文练习的编排为开放型,任课教师可视具体情况(学生的语言水平、授课时间的多少等)增加或减少课文练习。

本教材的编写目的是:

- 使学生掌握基本的口译技巧,具备一定的汉英互译能力,熟悉不同题材、形式的口译,能够较好地担负起生活接待、导游、一般性会议和商务洽谈等口译任务。

- 帮助学生了解、熟悉我国和主要英语国家的基本国情和重大的方针政策,扩大学生的知识面、词汇量,认识并能处理跨文化交际中的基本问题。

- 通过口译练习,对学生进行语言的综合技能训练,提高学生整体英语水平。

本教材共有 20 个单元。除第一单元译前准备外,每个单元均包括词汇与短语、阅读材料、练习、参考译文、用语扩展 5 个部分。

“阅读材料”和课文前的“词汇与短语”——在对学生进行口译训练前,让学生在课下进行主题和词汇准备。使学生更多地了解这一主题的背景知识,掌握更多的相关词汇、表达方法。只有在熟悉所讨论的主题的基础上,学生才能更好地驾驭语言,运用口译的技能与技巧,做好口译。

“练习”——(1)鉴于每篇课文配有参考译文,建议让学生在课下自学时使用。课堂上,教师可根据教材的编写思路 and 主题,提供补充练习。由于补充练习没有参考译文,教师应对学生的口译情况进行讲评或组织课堂讨论,让学生从中总结出灵活的口译方法。(2)口译要求译员随时进行“英译汉”和“汉译英”两种形式的语言转换。根据

口译的这一特点,本教材在每一个单元中都包括了各两篇“英译汉”和“汉译英”的练习。但是,在实际训练中,两者的侧重点是不同的。“汉译英”的重点是表达,如何用准确、地道的英语和符合英语文化的方式表达。“英译汉”的重点首先是听懂、理解原语所要表达的意思。建议在课堂教学中,将“英译汉”和“汉译英”分时进行,例如,一次课为“汉译英”,另一次课为“英译汉”。

“参考译文”——仅供教师和学生参考,并不是惟一的、最佳的译文。

“用语扩展”——包括与本单元主题有关的词汇、短语和句子。由于练习所能提供的关于这一主题的内容毕竟有限,通过用语扩展增加学生对这一主题的语言知识。

除此之外,本教材还设计了4个附录。“口译导论”是为了让学生对什么是口译有一定的了解,以便能够抓住特点,掌握要领,达到好的训练效果。其他几个有关技巧训练方面的附录是为进行基本口译技巧训练而设计的。口译是一项技巧性很强的语言交际活动,因此技巧训练是必不可少的。附录中所提供的技巧训练包括主要口译技巧的讲解和如何训练的指导性意见。在实际操作中,在对语言、背景知识进行了充分的准备之后,课堂上的口译练习,主要是训练口译技巧的综合运用。

参加本教材编写人员的具体分工如下:宿荣江:第二、五、六、十三单元;张文、鲁勤、朱咏梅:第七、十四单元;臧文琴、曾琳:第八~十一单元;鲁勤、马志胜、张文:第三、四、十二单元;刘阿英:第十五~二十单元。张文负责编写大纲的制定、统稿、定稿和审阅,并负责第一单元和其余部分的撰写。张占军、李莹为本教材的编写进行了资料的收集、整理和一定的录入工作,在此向他们表示感谢。在本教材的编写过程中,我们参考选用了一些发表于网站和报纸、杂志的文章,在此向原作者表示衷心的感谢。

编者

2004年2月

目 录

第一单元	译前准备	(1)
Unit 1	Getting Ready for Interpretation	
第二单元	接待	(8)
Unit 2	Reception	
第三单元	商务谈判 (1)	(21)
Unit 3	Business Negotiation(I)	
第四单元	商务谈判 (2)	(40)
Unit 4	Business Negotiation(II)	
第五单元	庆典演说	(60)
Unit 5	Ceremonial Speech	
第六单元	人物访谈	(78)
Unit 6	Interview	
第七单元	教育	(99)
Unit 7	Education	
第八单元	国际关系与外交政策.....	(122)
Unit 8	International Relations and Foreign Policy	
第九单元	经济.....	(143)
Unit 9	Economy	
第十单元	对外贸易.....	(164)
Unit 10	Foreign Trade	

第十一单元	国际合作.....	(185)
Unit 11	International Cooperation	
第十二单元	旅游.....	(207)
Unit 12	Tourism	
第十三单元	科学与技术.....	(235)
Unit 13	Science and Technology	
第十四单元	环境保护.....	(255)
Unit 14	Environmental Protection	
第十五单元	妇女与家庭.....	(278)
Unit 15	Women and Family	
第十六单元	人口与社会福利.....	(299)
Unit 16	Population and Social Welfare	
第十七单元	体育.....	(319)
Unit 17	Sports	
第十八单元	娱乐.....	(341)
Unit 18	Entertainment	
第十九单元	饮食与节日.....	(363)
Unit 19	Food and Festivals	
第二十单元	民俗与传统文化.....	(384)
Unit 20	Customs and Traditional Culture	
附录一	口译导论.....	(410)
附录二	记忆训练.....	(425)
附录三	如何记笔记.....	(427)
附录四	数字口译的技巧.....	(432)
参考资料		(438)

第一单元 译前准备

Unit 1 Getting Ready for Interpretation

本单元的“译前准备”是指在进行口译教学之前让学生对什么是口译、口译的过程、口译教学的特点、口译教学与语言教学的差别等有所了解,并为口译教学和训练做好准备。

本单元的“译前准备”与职业译员的“译前准备”不同。职业译员的译前准备也叫做“主题和术语准备”,是译员在接受一项翻译任务之后,对口译的相关情况,即可能涉及的内容、交际双方的情况的准备,包括讲话人的身份和职务,讲话的主题,可能涉及的内容,交际的场合等。学生在课堂上进行口译练习之前也要做类似的主题和术语准备。例如,练习的内容涉及中国的教育,教师要让学生查找相关的资料,了解中国的教育体制,熟悉汉英常见的表达方法等。

目的 (Objectives)

在口译教学开始之前,教师要做以下工作:

1. 让学生了解口译教学与通常的语言教学不同。口译教学是技巧训练与语言能力提高的结合。
2. 简要介绍口译的过程和特点,让学生明白口译中听辨的内容不是字词,而是语言所表达的内容。
3. 通过训练,让学生能够在听辨信息的同时,迅速抓住语言所表达的主旨大意,做到对信息的准确理解,并且在不记笔记的情况下,将主要的内容基本完整地进行复述。
4. 培养学生的自信心,帮助学生减轻因即时口译所造成的紧张

和心理压力。

方法与步骤 (Methods and Procedures)

译前准备可分下面几个步骤进行：

1. 介绍什么是口译。口译是在人们跨文化、跨语言的交往活动中,为消除语言障碍,由能运用交流各方所使用的语言的人,采取口语表达方式,准确地将一种语言所表述的内容以别种语言做出转述的翻译过程。虽然口译活动是通过语言表达形式得以实现的,但口译过程并不是简单的语言代码转换的过程,而是对言语意义的先理解与后转换的过程。译员要先理解说话人的意思,然后再用听话人的语言将说话人的意思传达给听话人。从这个意义上讲,口译应该是以转述意义、传达信息、交流思想为目的和宗旨的。口译不是孤立地以词义和句子意义为转换单位的单一性语言活动,而是兼顾交际内容所涉及的词语意义、语篇意义、言外寓意、语体含义、体语含义、文化含义等信息的综合性语言活动。

2. 示范交替传译的最佳效果是意义的转述。在跨语言交际条件下,交际双方分别属于讲不同语言的社会文化群体。民族文化不同,世界观、价值观不同,思维方式不同,语篇结构也就不同,符号的赋义也不同。简单的语言代码转换,或词对词的翻译,会造成译语不是原语的意思,或转述了错误的信息,或未能完全传达原语的内容或表示了原语未表达的意思等结果。通过举例示范(可采用播放口译实例录像,或让学生讲一段话,教师即席翻译等方法),让学生了解到口译是意义的转述,听辨的是意义而不是词汇,口译时“找词”,或词对词的翻译将会产生不良结果。因此,在听辨信息的同时,迅速地从事话语中提炼出主旨大意是口译训练的前提和基础,这样才能达到口译“传达原语所表达的信息”的最终目的。

3. 复述。用原语复述,不进行翻译。选择长度为1~2分钟的讲话,一定是学生所熟悉话题,通过提醒、提问和综述等方式,训练学

生复述听到的内容的能力。让学生听正常语速的讲话,一般为160~220字词/分钟。速度过慢会丢失意义所必需的语境,会给听话者考虑语言词汇留出时间。如果是文字材料,教师应该将其口语化。先做中文到中文的复述,然后再进行英文到英文的复述。因为英语是非母语,学生听时会有一定的难度。即使复述的内容不十分完整,只要做法是对的,教师要给予鼓励,并通过提问的方式提醒学生,帮助学生回忆听到的内容。逐渐增加对复述信息完整性的要求。

4. 不要急于解答学生不知道的词。遇到学生不知道的词,鼓励他们根据上下文和已掌握的知识猜测意思。待学生将整段话的大意复述完毕之后,再告诉他们该词汇的确切意思。培养学生逐渐习惯口译教学与通常语言教学的不同,将学生的注意力逐渐从语言、词汇、语法上转移到语言所表达的意义上来。

5. 让学生讲述一件事情、一个故事或一个笑话、讲述学校的情况,以及其他他们熟悉的话题。请其他学生进行复述。逐渐扩大话题的范围。

6. 逐渐将话题转向时事、政治、经贸、科技、环保、文学、历史等方面。可以选择报刊、杂志上大众化的主题作为练习的内容,听后让学生复述意思,并逐步增加对复述信息完整性的要求。让学生带着“讲了哪些内容”“主要说明什么意思”等问题去听,训练学生将注意力集中在内容意义上。电视采访、辩论、报道等均可成为练习的素材。还可以选择学生不大熟悉的主题,如官员的讲话、学术报告、政治评论等。要逐渐加大听辨材料的难度,因为听辨复杂、不熟悉的内容更有利于训练学生综合归纳意义的能力。

7. 要求学生不用笔记,只用脑记。让学生尽量用大脑记住信息。复述时,不强调语言形式的再现,而强调内容的逻辑性和再现。这种方法可以培养学生边听边分析,边分析边记忆的能力。否则学生会专注于笔记,而忽略了整段话的理解。对于只记住一些词汇,而未能综合出主旨大意的情况,教师要帮助学生分析原因,找到适当的方法解决问题。

8. 培养学生的自信心。无论是发言还是复述,最好都要求学生到讲台前来。教师不仅要注意学生的综述和复述能力,还要注意学生的表情、手势、站姿、装束等。有些学生初次面对大家讲话,可能会感到紧张、不知所措,会出现脸红、发抖等情况。教师要想办法让他们放松,如采用鼓励、开些幽默的玩笑、对他人的复述进行评论等方法,帮助他们建立起自信心,减轻心理压力。

练习 (Exercises)

(不翻译,只要求用原语复述,以达到本单元训练的目的。)

Exercise 1

一名布基纳法索中学的学生正在操场上踢足球,接到队友传过来的球,抬脚准备射门时,他似乎听到“咔”的一声,随后便不能动了:他的身体顿时扭曲成了“S”形。同伴们将他送进首都的一家大医院,但医生说,必须手术,别无办法。由于他家里没有足够的钱让他就医,他只好回到家,等待命运的审判。几天后,一位朋友告诉他,中国医疗队可以免费为他治病,而且不用动手术。他抱着一线希望,搭车来到 100 公里外的中国医疗队驻地。队长给他检查后说:“我们可以采用推拿法治疗你的扭伤。放心,你很快就可以回家了!”

摘自刘和平:《口译技巧——思维科学与口译推理教学法》,中国对外翻译出版社,2001 年版。

Exercise 2

为什么有的非典型肺炎患者很快就会死亡,而有的则能痊愈?对于这个问题,中国疾病预防控制中心主任给出了详细的解释:

现在有人很恐慌,认为得了非典马上就会死亡,其实根本不必过度惊慌。第一,这次非典的病死率在 4% 左右。第二,对死亡病例的分析显示,一般有两种情况,一种是症状较重,起病较急,就医较晚,

等到医院以后已经到了疾病快速发展期 ,所以会造成死亡 ,第二类病人主要是伴随和并发其他疾病 ,譬如说这个人原来就有心脏病 ,或有糖尿病 ,这次又得了非典 ,这部分病人的病死率比较高。所以 ,并不是所有的人得了非典病死率都很高 ,大部分人得了这个病通过医院及时有效的救治 ,完全可以康复。

控制中心主任还分析了非典病人的个体差异 :男女之间发病没有差别 ,在年龄上有一些特点 ,15 岁到 59 岁年龄段的人是高发 ,占病例总数的 70 % 至 80 %。这和常见的流感型肺炎有很大区别 ,因为一般得流感型肺炎都是老年人、小孩比较多 ,而这种病是轻壮年多。另外一个特点就是这次病例有很突出的职业特点 ,医护人员感染上的比较多。

摘自朱玉、张景勇 :《非典患者 :为啥有的人死了 ,有的人却能痊愈》 ,
载《文摘周报》2003 年 4 月 28 日。

Exercise 3

Large corporations do not compete with the quality or price of their products ; they compete through their advertising. This tendency , for example in the automobile , banking and airline industries , involves an extraordinary waste of resources on the production of basically similar goods and services. Extensive advertising is used to make them appear different. In fact , a recent survey found that the United States accounts for more advertising expenditures than the rest of the world put together—about 57 percent of the total. Americans are literally bombarded with ads , on the average receiving a minimum of 560 advertising messages each day from such sources as TV , radio , newspapers , and billboards. Much of this advertising is devoted not only to making almost same products seem different , but also to creating artificial demands for products that would be unwanted otherwise. More than US\$ 35 billion each year is used—money which could be spent on

more socially useful goals. Although some ads provide a certain amount of useful information to consumers ,most advertising is designed to make the public to buy ,buy more of this ,buy more of that. Without such advertising ,the demand for certain products might shrink. This will not only threaten the profits of some corporations ,but also present the possibility that whole industries might have to close down.

Exercise 4

Every now and then I hear it said that CPC is not an easy company to understand. “You have operations all over the world in both the consumer foods and corn refining businesses , a huge portfolio of products—many under ‘ foreign brands ’—and a corporate name that doesn’t really tell us what you do. What exactly is CPC International ? Where are you going ? And how are you going to get there ?”

My answer consists of three basic points. Firstly , we are an international food company that focuses on three worldwide businesses : soups , sauces , bouillons and related products ; dressings ; and foodservice. We also focus regionally on several selected consumer foods businesses and a corn refining business , which supplies the food industry and other manufacturers. Secondly , our corporate vision is to be the best international food company in the world. That means our goal is to outperform our food industry peers in total return to shareholders year after year. Thirdly , our strategy is to seek rapid growth through intensive development of our worldwide and regional businesses , driven by inherent strengths that together make CPC unique among food companies. Chief among these strengths is our worldwide organization , which combines corporate guidance and oversight with strong local operations in 59 countries. Also key is our ability to share and translate products , technology , and know-how across borders.

If you focus on those three points , you have come a long way toward understanding CPC International.

扩展练习 (Expansion Exercises)

1. 教师可以以本单元提供的练习为例 ,选择各种主题、题材、难易程度相同的内容作为补充练习 ,让学生在课上和课下进行练习。
2. 看电视或听广播 ,听一段内容(大约 1 至 2 分钟)后 ,用相同的语言进行复述 ,不要翻译 ,直到达到满意的效果为止。学生可在课下自己或分小组进行练习。
3. 阅读本书附录中的“口译导论”。

第二单元 接待

Unit 2 Reception

词汇与短语 (Words and Expressions)

A. From the Background Reading

discourteous	失礼的
congestion	交通堵塞
usher	引位, 引路
swap	交换
make one's case	陈述己见

B. From the Exercises

1. 会员制	membership
民间的	private
王府	royal palace
文物保护单位	historic landmark
格子幔帐	lattice screen
木地板	timber floor
蜂蜡	wax
刻意改变	manage to change
惬意的	congenial
喧闹的	hectic