

文章编号:1005-0523(2010)04-0101-04

翻译伦理观照下外宣材料翻译

陈燕荣, 车明明

(西安理工大学 人文与外国语学院, 陕西 西安 710054)

摘要:随着翻译研究的不断深入, 翻译伦理研究已成为焦点。以安德鲁·切斯特曼(Andrew Chesterman)的翻译伦理思想(五种伦理模式)为指导, 对我国外宣材料的翻译进行分析研究, 发现译者可以根据外宣材料的类别, 分别以不同的伦理模式为指导。

关键词:翻译伦理; 外宣翻译; 外宣材料

中图分类号: H059

文献标识码: A

纵观翻译研究的历史, 其大致经历了三个阶段, 即语文学阶段、现代语言学阶段和文化学阶段^[1]。翻译研究的文化转向为翻译研究提供了多元视角, 使得社会文化、意识形态介入了翻译研究领域, 但同时它过度强调译者主体性, 宣扬“翻译即改写”“翻译即操纵”“翻译即叛逆”的思想, 使得翻译无章可循, 无法可依。于是翻译伦理在翻译研究的文化领域与跨学科交叉研究的夹缝中应用而生。近年来, 不少学者就“翻译伦理”进行了探究, 并取得了实质性的进展。其中芬兰学者安德鲁·切斯特曼(Andrew Chesterman)总结出五种翻译伦理研究模式: 再现伦理, 服务伦理, 交际伦理, 规范伦理及职业承诺^[2]。截止到目前, 这是翻译伦理研究的一种较为全面的划分。

全球一体化的当代, 世界各国在经济、政治、文化方面不断融合是历史发展之使然。“不同的国家或民族之间, 如果有往来, 有交流的需要, 就会需要翻译。否则, 思想就无法沟通, 文化就难以交流, 人类社会就难以前进。”^[3]因此, 外宣材料, 作为我国同世界各国交流的重要桥梁, 其翻译质量的好坏直接影响到我国的国际形象及我国同世界各国之间的交流与合作。

在此背景下, 本文试图以安德鲁·切斯特曼(Andrew Chesterman)的翻译伦理思想(五种伦理模式)为指导, 对我国外宣材料的翻译进行分析研究, 以期为我国外宣翻译研究提供新的视角及更加强有力的理论支撑。

2 安德鲁·切斯特曼(Andrew Chesterman)的翻译伦理思想

在界定翻译伦理的研究领域上, 芬兰学者安德鲁·切斯特曼(Andrew Chesterman)做出了杰出贡献。他在《Proposal for a Hieronymic Oath》一文中阐述了翻译伦理的5种模式, 即: (1) 再现伦理; (2) 服务伦理; (3) 交际伦理; (4) 规范伦理; (5) 承诺伦理。

2.1 再现伦理

所谓“再现伦理 (ethics of representation)”即“忠实于原文作者的意图, 准确的再现原文文本, 毫无增减, 毫无更改”。^[2]再现伦理以传统翻译理论的“忠实”为基础, 要求译者尊重原文作者, 尊重原文文本, 忠实于原文作者的意图, 最大限度地再现原文文本。

2.2 服务伦理

服务伦理 (ethics of service) 把翻译活动视为一种商业活动, 树立了翻译是为客户服务的商业理念, 而译者是这一活动的主要参与者, 他必须满足客户的要求, 最终为其提供满意的产品即译文。但由于翻译活动的参与者众多, 影响因素各异, 译者要想履行服务伦理, 还必须考虑读者, 评论者, 以及译文的实际使用者

收稿日期: 2010-05-17

作者简介: 陈燕荣(1985—), 女, 硕士研究生, 研究方向为翻译理论与实践。

等间接参与者的需求。

2.3 交际伦理

交际伦理 (ethics of communication) 认为翻译的最终目的是实现与“他者”的交流而非再现“他者”。译者的文化归属介于源语文化视域与目的语文化视域两者之间。译者只是这两种视域的“调解员”,使互为异己的两视域实现最大限度的跨文化交流与合作,最终丰富双方文化。

2.4 规范伦理

规范伦理 (norm-based ethics) 即满足特定文化的期待。切斯特曼认为有两种翻译规范:期待规范和专业规范。期待规范是指目的语社区对译文的期待,如对有关语法性、可接受性、风格等的期待。读者的期待部分地受到目的语文化中盛行的翻译传统的制约,部分地受到目的语文化中类似文本类型形式的制约,也受到经济、意识形态因素、同一文化及不同文化间权力关系的影响。而专业规范制约翻译过程中可以接受的方法和策略,它从属于期待规范并受之制约^[4]。

2.5 承诺伦理

承诺伦理 (ethics of commitment) 即履行职业道德的规范和誓言。作为一种行业,翻译有着自己的行业准则。译者在进行翻译活动时必须实事求是,忠实于原文文本及作者,忠实于客户及读者,忠实于自己的职业操守,做到严于律己,爱岗敬业,遵守职业守则,努力做到最好。

3 五种翻译伦理模式对外宣翻译的指导

外宣翻译,顾名思义,即对外宣传资料的翻译。对外宣传和外宣翻译都是改革开放浪潮下的新兴词汇。外宣材料涉及范围极广,囊括社会生活的方方面面,诸如政治、经济、文化、外贸、教育、旅游等。对于不同类别的外宣材料,其特征各有迥异。因此,不同类别外宣材料的翻译所侧重的翻译伦理模式亦有所不同,以下分 3 方面来探讨。

3.1 政治材料方面

政治性材料主要包括官方文件,高级领导人的正式讲话,外交会谈等;使用场合严肃,语气强烈,有时具有很强的权威性,政治敏感性。“世界上所有国家都在政治上毫不含糊的,因为政治涉及国家的根本利益。”^[5]因此,政治性材料翻译必须能够重现原文的意图,用词必须精准无误。译者在做此类翻译时必须注重履行再现伦理。

例如,程球球^[6]在其《政治文章的翻译要讲政治》一文中有一例:中国政府“决定于一九九七年七月一日对香港恢复行使主权”。准确的英文译法是“The Government of the People's Republic of China has decide to resume the exercise of sovereignty over Hong Kong with effect from 1 July 1997。”有些学者认为“resume the sovereignty over Hong Kong”即可,“exercise”在此是多余的。事实并非如此,新中国成立后,我国政府并不承认香港割让给英国的合法性。只是由于英国的霸占,我国一直无法行使自己的主权,试想如果去掉“exercise”,这层含义将无法表达出来。因此,这时,译者一定要遵循再现伦理,否则将会使原本文意丧失,进而动摇我国的政治立场。

又如,过家鼎指出“台湾问题”应译为“Taiwan question”,不宜译为“Taiwan issue”。“issue”这一词的含义是“a matter that is in dispute between two or more parties”。^[7]然而,众所周知,台湾问题是我国历史遗留问题,属于我国内政事务,不允许任何外来干涉。因此,台湾“问题”是“question”,而非“issue”。此例中,译者必须尊重我国历史,履行再现伦理,把握好用词的精准度。

政治材料的翻译直接影响我国的国际形象,一字或一词的用法不当都会影响到我国的政治立场和政治观念,甚至引起外交争端。其翻译必须以再现伦理为指导,坚持“信”的原则,准确无误地展现我国立场。

3.2 经贸材料方面

随着我国加入 WTO,我国经济贸易也逐步走向全球化。外宣翻译中的经贸材料一般涉及投资法规,招商政策,企业介绍,产品说明等。就其功能而言,这些文本实用性较强,注重信息的传递和最终达成的效

果。经济商贸类材料的翻译对于我国吸引外资及我国企业在世界经济中的竞争具有重要意义。由于其具有很强的目的性及其诱导性,经贸材料的翻译一定要侧重以服务伦理为指导,把客户的需求放在首位,采用相应的翻译策略,最大限度地使译文与客户的意志保持一致。

例如,在贸易文章中经常遇到“散货”一词,许多学者把它简译为“material”,疏不知其在国际上的专门术语是“bulk material”或“bulk cargoes”。虽然这样的译法,本身并没有任何语言上的错误,可以达到交流的目的,但却不一定会得到国外企业的认可。译者必须明白,在进行经贸材料翻译时,首要任务是吸引外资,促成贸易,并非仅仅与对方实现交流。因此,如果不能注意术语的统一,就无法将准确信息传达给国外企业,何谈促成业务呢?如此,必将与客户的意志相悖。又如“备用信用证”的术语为“standby credit”,切不可译为“spare credit”。类似的例子还有 Letter of Guarantee (银行保函), economic lot size (经济批量), blank endorsement (空白背书), financial and operating ratios (财务与经营比), force majeure (不可抗力), Risk of Breakage (破碎险)等等,译者必须使这些专业术语与国际接轨,最大限度地将我方信息传达给国外的贸易伙伴,取得其认可,以期促成贸易关系,完成客户的委托。

在经济词汇中,译者同样要遵循服务伦理。例如,我国经济政策中有一条“抓大放小”,将其翻译成“seize the big and free the small”,会让有意向在我国投资的外国投资商产生误解,认为我国对大型企业管理严厉;对小型企业管理懈怠。因此,如果要成功吸引外资,此时必须采用增译法,将我国的这一政策说清楚,消除外国投资商的后顾之忧。

经济全球化的当代,经贸类外宣材料作为外国企业了解中国的窗口,其翻译的好坏直接关系到我国对外经济政策的成与败及我国企业国际竞争中的得与失。作为实用文体的一种,经贸材料的翻译理应遵循服务伦理。在操作此类翻译时,译者必须把握好翻译活动的目的,使用适当的翻译策略,满足客户的需求。

3.3 文化材料方面

中华文化源远流长,尤其近年来,由于我国国际地位不断提高,越来越多的外国友人渴望了解中国,浑厚的中华文化也开始走向国际。作为翻译工作者,我们肩负的首要任务是在不影响理解的前提下,如何将中华文化原汁原味的传递给国外友人。交流伦理要求译者充当好两个不同文化视域之间的调解员,最大限度地实现两个异域文化的交流与合作,由此可见,在操作此类翻译时,译者可以以交流伦理为指导。

例如,我国举办奥运会时,对奥运吉祥物“福娃”的翻译,可谓一石激起千层浪,引起了激烈的争议。学者们提供的译法有“friendlies”, “Happy Dolls”, “Happols”(此为 Happy Dolls 的合成词), “Little Dreamers”, “Friendies”, 等,这些译法虽都表达了“福娃”的内涵,却没有一个能够成功地向世界展示中国文化的特色。最后,北京奥委会不得不将“福娃”的国际译名确定为“Fuwa”。这个译名饱含中国文化,不失为最佳译法。虽然,有学者指出“Fuwa”,在英语中没有任何含义,而且英语中没有“wa”这个音,读起来拗口。但这种顾虑,很快得到了消除,有人指出英文中原来也没有 kungfu, wushu, dofu, jiaozi, zongzi 这些词,但现在外国友人对这些词已经耳熟能详。“福娃”的英译可谓是交流伦理之典范。

又如“东施效颦”这一典故的真实含义是“blind imitation with ludicrous effects”,但这样的译法并不能有效地传播我国的文化,不能达到文化交流的目的,因此这一译法并不可取,我们不妨采用直译加注解的方式将其译为“Dong Shi blindly imitated Xi Shi — Xi Shi was a beauty in the ancient Kingdom of Yue. Dong Shi was an ugly girl who tried to imitate her way”。这样的译法虽然看似累赘冗余,但却将中国文化展现无余,达到了文化传播的目的。

翻译的最大困难往往不是语言本身,而是语言所承载的文化意蕴。^[8]中华文化,作为中华民族所特有的信息内涵,在世界民族文化中拥有举足轻重的地位。我们必须遵循交流伦理,让外国友人充分感受到中国情调,最终将中华文化融入世界文化当中。

4 结语

安德鲁·切斯特曼的翻译伦理模式理论为我们提供了一个立体的、动态的视角去分析评价外宣翻译。

在政治类外宣翻译中,由于其具有权威性,政治性,严肃性,译者会侧重再现伦理;在经贸类外宣材料中,由于其属于实用文体,所谓“目的决定策略”,所以译者会侧重服务伦理;而在文化类外宣材料中,由于其地域文化色彩浓厚,译者会侧重交流伦理。本文借用翻译伦理模式对外宣翻译进行了粗浅的研究,以期起到抛砖引玉的作用,希望更多的学者对其进行深入研究。

参考文献:

- [1] 潘文国.当代西方的翻译学研究[C]//杨自俭.译学新探.青岛:青岛出版社,2002:257-265.
- [2] CHESTERMAN A. Proposal for a hieronymic oath[J]. The Translator, 2001(2): 139-154.
- [3] 季羨林,许钧.翻译之为用大矣哉[J].译林.1998(4):211-213.
- [4] 仝亚辉.当代西方翻译规范研究[J].US-China Foreign Language, 2008(12):60-63.
- [5] 程镇球.翻译论文集[C].北京:外语教学与研究出版社,2002.
- [6] 程镇球.政治文章的翻译要讲政治[J].中国翻译,2003(3):18-22.
- [7] 过家鼎.注意外交用词的政治含义[J].中国翻译,2002(6):59-60.
- [8] 孙致礼.文化与翻译[C]//杨自俭.英汉语比较与翻译.上海:上海外语教育出版社,2000.

On Translation of Publicity Materials Based on Translation Ethics

Chen Yanrong, Che Mingming

(School of Humanities and Foreign Languages, Xi'an University of Technology, Xi'an, 710054, China)

Abstract: With the further development of translation studies, the theory of translation ethics has become a research focus. Taking Andrew Chesterman's five models of translation ethics as its guideline, this paper analyzes the translation of political materials and finds that translators could take different translation ethics models according to different type of publicity materials.

Key words: translation ethics; publicity materials; translation of publicity materials

(责任编辑 王全金)