

基于文本类型学的公示语翻译研究

吕 政

(浙江水利水电学院 国际教育交流学院, 杭州 310018)

摘要: 进入21世纪后, 中国对外开放、交流的机会日渐增多。汉英公示语更多地出现在各地的公共场所, 公示语翻译已成为一个新的翻译研究领域。从赖斯文本类型学的角度, 结合翻译策略, 探讨公示语的功能及其日渐优化的翻译手段和技巧。希望能为公示语的翻译更加忠实于原文本, 更好地满足目标群体的语言需求提出翻译指导。

关键词: 公示语; 文本类型学; 翻译策略

中图分类号: H 315.9

文献标志码: A

文章编号: 1009-895X(2004)02-0122-04

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.2014.02.005

Translation Studies of Public Signs on the Text Typology

Lü Zheng

(International Education College, Zhejiang University of Water Resources and Electric Power, Hangzhou 310018, China)

Abstract: China's opening-up policy has been raised to a higher level and China has more opportunities to communicate with foreign countries under the influence of economic globalization in the 21st century. The Chinese-English public signs can be seen in more and more public places and the study on the translation of public signs has become a new research field. This paper deals with the function and translation of public signs according to the translation strategy from the perspective of text typology, trying to offer some advices on the translation of public signs to meet the demands of target readers.

Key words: public signs; text typology; translation strategy

在经济全球化的影响下, 英语的应用已深入到中国各地, 公示语的汉英翻译在对外宣传上起着积极作用。公示语即“公共告示语”, 在街头巷尾和各类公共场所到处可见。然而在各地公共场所中, 具有重要社会功能的公示语所展示的汉英译文却出现大量错误, 其中不乏是公示语的文本翻译出现误译和乱译的现象。例如, 在上海举办世博会期间, 上海70路和79路公交车在车厢里打出错译的公示语, 把“玉田新村”站名译为“Yutian Newly State”, 而其正确的译名应为“Yutian New Estate”,

这种语法和用词皆错的译文简直是令略懂汉语的洋人笑掉了大牙, 但公交公司在两三年里居然视而不见! 又如, 一些公共场所的垃圾箱上的环保标语“保护环境从我做起”被译为“Protect Environment Begin with Me”。这些公示语的错误翻译让人产生误解, 无法起到该有的效用, 无法让目标读者明白词义, 甚至出现译文让外国读者觉得可笑的情况, 在某种程度上严重影响了地方文化在外国友人心目中的形象。但从整体上看, 公示语翻译的研究已经日渐优化, 其翻译也慢慢体现出中国民族文化特色

收稿日期: 2014-03-21

基金项目: 2013年杭州市哲学社会科学规划项目(D13YY06)

作者简介: 吕 政(1966-), 女, 副教授。研究方向: 翻译学、教育学。E-mail: lvzheng@zjweu.edu.cn

及语言风格,与此同时还考虑译语读者的语言习惯、文化价值以及思维方式等,在语用对等的基础上进行再创造。基于赖斯文本类型学说,笔者认为,译者翻译公示语时,应该从文体特点出发,结合翻译策略,从满足目标群体的语言需求和维护中国文化特色角度进行译作,同时遵循公示语该有的特性,使译文简洁、得体且富有感染力。

一、文本类型学概述

文本类型学亦称赖斯文本类型理论,是指德国功能主义学派的代表人物凯瑟娜·赖斯(Katharina Reiss)提出的涉及文本类型、语言功能及翻译策略的理论。^[1]凯瑟娜·赖斯在其发表的理论中阐述了各种文本类型与翻译使用策略的关系。赖斯认为,使用何种翻译策略应由文本类型决定,这些文本类型主要分为信息型文本、表情型文本及感染型文本。^[2]赖斯的文本类型学在翻译上倡导跳出语言词句层面,创造合适的语用功能效果,从而起到交际应用的目的。凯瑟娜·赖斯创建的基本文本类型理论,给翻译者以明确的指导,这在公示语这种具有强信息及感染型言语的翻译上起着重要的作用,让译者能够基于文本类型理论研究,分析思考采取何种翻译策略进行公示语的汉英翻译^[2]。

赖斯的文本类型学认为,信息型文本多侧重于内容或话题,主要用来提供事实、信息、知识等,有较强的语言逻辑性^[3]。翻译时,通常采用直译,以简单通俗的言语进行表达、传递与原文相同的信息;表情型文本主要是指通过大量修饰语来使语言具有美学特征,如在“韵”、“形”方面的修饰,并关注作者内心情感的表达,因此该种文本多侧重于文本形式及作者的态度;感染型文本,目的在于感染读者并取得预期的效果,语言具有对话性特点,注重信息接受者的反应,通过感染作用引发听者采取某种行动^[2]。总之,在翻译时,任何译文都需以实现对等效果为主导,就是说,要在目标读者中产生与原语读者相同的或者尽可能相同的效果,这也是翻译中的忠实原则。值得注意的是,当这种“对等效果”或“忠实原则”体现在不同的文本类型中时,却有着不同的要求:侧重文本内容的,要求忠实于原文的每一个细节;偏重文本形式的,要求忠实于原文的美学特征;注重文本感染性的要求译文一定要保持原文中内在的感召或诉求。所以这不仅需要译者对两种语言和其各自的文化有

着深刻的理解和把握,必要时更需要译者在忠实于原文精神的基础上做出严谨的、独创性的翻译。

二、公示语功能

公示语在《现代汉语词典》中的定义,用简短的文字概括即是:具有宣传鼓动作用的口号。公示语是给人以行为指示的言语文本,主要由色彩、符号、几何形状(或边框)等元素形成的视觉影像,同时也包括多种标志,如图形标志、文字标志等,常见于公共场所、建筑物、产品的外包装等。公示语的主要目的是传递信息,并注重其传递效果。它在使用中的功能不同,所展示的信息状态也就不同^[4]。

公示语应用于日常生活中,直接影响到人们的生活。同时公示语也具备满足社会公众的社会行为和心理需求的功能,并提供一种信息服务,为此在实际应用中具有突出的指示性、提示性、限制性、强制性的示意效用^[5]。公示语在使用中所体现的指示功能,很大程度上决定了汉英翻译中特色词汇的词性选择和使用,此类公示语广泛应用于旅游设施、景点、商业设施、文化设施、卫生设施、科教机构、涉外机构、街区名称等,如,“第五大道街”(“Fifth Avenue”)、“大英博物馆”(“The British Museum”)等。公示语还有限制、强制功能,多应用于公共交通、公共设施、紧急救援等方面,更多的是语汇的意义表达,如“禁止吸烟”(“No Smoking”)、“请系好安全带”(“Buckle Up”)、“紧急出口”(“Emergency Exit”)等。

多数公示语文本的主要作用是向目标读者提供信息。该类型文本主要就是为了让目标读者快速、简洁、有效地获取信息。在对该文本类型进行翻译处理时,需遵循文本类型学的翻译原则。该文本类型的翻译主要以直译、意译、改译为主。但需注意的是,同一文本有时应有多种译法处理,而且有些公示语不必逐字翻译,达意即可。因此公示语翻译须严谨地、明确地传递出原语的信息,不必过于拘泥于原语的形式,应以加强译文的可读性为主。

三、从文本类型学角度研究公示语文本翻译

从所收集的公示语翻译的研究与分析上看,文

化差异造成的理解有误、汉英语言结构差异及语言文化中的约定俗成的表达差异等,是导致公示语翻译中常出现误译、乱译等问题的主要因素。下面就信息型、表情型及感染型三种文本类型,通过分析公示语翻译中常见的错误,结合翻译策略研究公示语的文本翻译。

(一) 直译

信息型文本的侧重点在于传递信息,因此,在翻译该类文本时,应以直译为主,采用正确的专业术语,最大限度地保留原文信息,使译文流畅、通俗、易懂。同时,一些具有表情功能的公示语也可直译,如“杭州欢迎您”(“Hangzhou Welcomes You”),表达简洁明了,也表达了发话者(杭州市政府)对受话者(来访者)的友好态度。再者,一些具有提示性功能的公示语,如对公众的行为加以指导和规范,告知公众可以做什么,如何做等,更是采用直译并力图做到言简意赅^[6]。如“(限)速”每小时60公里”,便可直接简单处理为“60 km/h”,还有公示语“站队等候”,可直接译为“Stand in Line”。

但人们发现有大量的汉英公示语,翻译时仅是理解词语表面的意思,没有考虑到该公示语的使用场合,更没有考虑到中西方文化的差异,从而出现过分直译、硬译、死译的现象,不仅表达不了原语原有的含义,还破坏了文化形象。中国式英语公示语在旅游景点、地铁、商场等公共场所经常能看到,例如,在一些公园草坪上,通常会有如“绿草如茵,脚下留情”之类的公示语,中文以委婉的语气约束游客爱护花草,让人容易接受。但采用直译后,其相应的英语公示语译为“Don't Step on the Green Grass”,用命令的语气让游客感觉粗暴、不礼貌,难以接受^[7]。这就是过分直译而没有考虑原语语气所导致的结果。英语国家对于该公示语的表达,通常使用的是祈使语气的“Keep Off the Grass”或者是语气相对委婉的“Please Keep Off the Grass”,这样的译语比较容易被游客接受。所以对于一些英语国家已有的公示语表达,则完全可以直接采用。

(二) 意译

意译也是翻译中常用的手法。由于文化语言的差异,并不是所有公示语的原语都能直接翻译。有时需要理解后,根据其所表达的意思进行诠释。在文本类型学中,进行公示语的翻译时,原作者的思

维方式、文本风格和语言形式起着重要作用,若是不考虑原语的文本类型,直接采用直译方式进行翻译,可能会导致译文繁冗拖沓,读者迷惑不解,且无法达到感召读者并呼唤其行动的效果。

杭州市诸多名胜景点,除了一般具有指示性的旅游设施名称采用直译手法外,多数景点名称的翻译都采用意译的手法。因为多数景点的出名是由于其背后的故事、典故,或拥有悠久的历史、浓厚的文化背景,所以翻译时,须选择意译法,否则单是直译则无法达成这些公示语真正意义上的诠释。如,新西湖十景的景点名称翻译,“虎跑梦泉”、“玉皇流云”、“黄龙吐翠”分别译为“Dreaming of Tiger Spring at Hupao Valley”,“Clouds Scurrying Over Jade Emperor Hill”,“Yellow Dragon Cave Dressed in Green”。通过意译、释译,更好地解释了这些独具中国特色的景点名称的含义,且意译能在充分维护景点的意境和历史文化的同时,有助于外国读者了解中国文化。

再者,景点公示语牌上的简单的景点说明讲述,带有一定的描述指示的信息功能,除了通过直译的手法来处理信息文本,也可根据景点的相应内容进行意译处理。如描述某处景点的公示语牌,除了指明此处景点名称外,也会简单说明景点特色。下面的例1便是这一处景点公示牌上的景点特色描写,中译英的处理更是采用了意译,通过中文四字词语简洁明了地描述出来。

例1 四周榆柳环合、松清柏翠、草木茂盛,因此被称为森林公园。

译文 “...is entitled ‘Forest Park’ because of the lush vegetation in this area”.

这里中文多用四字词语描述,而译者也完全理解了“榆柳环合、松清柏翠、草木茂盛”皆有“植被茂盛”之意,所以采用意译将其意思直接明了地表达出来,让目标读者更能直接地了解其意。

(三) 改译

一些具有直接感染功能的汉语公示语一般会采用韵文形式,使其读起来更具感染力。但是由于“韵”和“形”在不同的语言系统中有不同的体现形式,因此翻译此类具有韵文式的感染型文本的公示语时,更要求高超的翻译技巧和策略,使译出的目标语既保持韵文特点又具有感染力^[7]。翻译时可以采用改译的手法进行翻译。如,有一预防火灾的公示语,原语就采用了韵文式文本表达:“山水美如

画,防火责任大”,这样的公示语具有较强的汉语文化特色及感染力,让人印象深刻,起到警醒作用。如果采用直译,就算能做到意思准确并处理得跟中文一样押韵,也难保起到如原语一样的表达效果。所以汉英翻译时改译成“Forest Fire Prevention”,译者较容易理解其意思,从而传达给目标群体最直接关键的信息,达到了英文警示的目的。

公共场所常会见到一些不地道的公示语译文。从这些公示语译文中不难看出,译者没有考虑目标读者的立场,未能从目标语中去审视和考虑语言环境。一些地铁、商场等公共场所,经常能看到这样的公示语:自动扶梯上的“小心碰头”被译成“Please Take Care of Your Head”或者“Be Careful, Bump Your Head”,这样的译语在目标读者的理解中便是相对应中文的“照顾好你的头”之意,甚是离谱。因此,有些公示语在翻译处理上需要采用改译、转译的手法,“小心碰头”的正确表达是“Mind Your Head”,也可以改译成“Low Ceiling”;“请勿疲劳驾驶”,译为“Tiredness Kills, Take a Break”或是“Stay Alert, Stay Alive”。从翻译的角度来说这是一种逆向翻译法,也算是改译的范畴,即通过正话反译,反话正译这一翻译技巧更好地传达公示语的含义。

(四) 同一文本多种译法处理

文本型公示语翻译处理方法上除了常用的直译、意译和改译,还有一种常见的方式,就是同一文本多种译法。同一中文原语或是英文原语,会根据不同场所的公共告示语需求体现不同的表达方式,来着重强调其语用功能需求,达到对目标群体的警示、告示、禁令、祈使或呼吁等作用。例如“No Smoking”一语可以就具体场合分别译为“不准吸烟,请勿吸烟,禁止吸烟,严禁吸烟……”,同样是祈使句,但祈使的成分有所不同,有命令、请求、禁止、严令禁止等语用功能,这需要根据是娱乐场所、医院或是化学品车间等场所进行区别而定。同样还有一些景点名称,同一个汉字,根据意义不同有多种不同英译法,而且大多数情况下,这些英译词不能相互替代。例如“山”这个汉语词,峨眉山是“Mount Emei”、象鼻山是“the Elephant Hill”、大屿山是“Lantau Island”、狮子山是“Lion Rock”。由于语言的功能是多样的,这就决定了同一文本具有多种文本功能和类型,不同的文本功能和文本类型也决定了文本翻译过程中的策略选择。

又如在中国的很多公共场所,人们已习惯于看到“禁止随地大小便”,“禁止乱涂乱画”等公共标志语,从某种程度上讲这主要是用来约束中国人自己的某些不文明行为。但若英译后就会让外国客人感到荒谬和惊讶,甚至是从反面让国际友人了解到了中国人的不道德、不文明行为,从而降低中国的国际地位。所以类似的公示语就不必翻译。

四、结论

公示语作为一扇对外宣传的窗口,其文本功能和翻译方法的研究还要继续深入下去。汉英翻译时要贴近中国发展的实际,满足国外目标群体对中国信息的需求,以及迎合西方的思维习惯。同时,公示语是一类以实现交际功能为主的应用文体,翻译公示语时,应以占主导功能的文本类型所对应的翻译原则为指导^[8]。对于英语国家本身特有的、已经在使用的公示语,可以直接借鉴采用;对于具有中国特色而又有必要翻译的公示语,在面临处理文化差异现象及保留本土文化的情况时,翻译法要求以目标语的文化对等物去替代原语中的文化元素。译者一定要充分理解原语文本,准确传达出原语文本作者想要表达的诉求或感召。公示语翻译可以通过直译、意译、改译等翻译手段和技巧,并且尽可能使用统一固定的译名和广为接受的译语,避免生僻语汇可能造成的不便和误解,对目标群体产生与原语群体一致的效应,真正起到公示语的作用。

参考文献:

- [1] 金惠康. 跨文化旅游翻译[M]. 北京:中国对外翻译出版公司,2006:96.
- [2] Newmark P. A Textbook of Translation[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press,2001:42.
- [3] 闫春晓. 文本类型理论视角下《梦溪笔谈》英译策略研究[J]. 上海理工大学学报(社会科学版),2014,36(1):12-17.
- [4] 仇全菊. 公示语及其翻译[D]. 济南:山东大学,2005.
- [5] 黄田. 语境角色认知与公示语翻译[J]. 四川外语学院学报,2007,23(3):100-103.
- [6] 牛新生. 公示语文本类型与翻译探析[J]. 外语教学,2008,29(3):89-92.
- [7] 张美芳. 文本类型理论及其对翻译研究的启示[J]. 中国翻译,2009(5):53-60.
- [8] 赵湘. 公示语翻译研究综述[J]. 外语与外语教学,2006(12):52-54.

(编辑:朱渭波)