

文本功能对应用翻译的策略主导

贾文波

(中南大学外国语学院, 湖南长沙, 410075)

摘要: 应用翻译是一种实用性强而又注重“以内容为中心”的翻译文体, 其体裁大多可归属于纽马克(Newmark)界定的“信息型”和“呼唤型”文本, 它具有该类型文本的所有功能特性。翻译实践表明, 应用翻译中文本功能与翻译策略之间确实存在着一种内在联系和规律性, 诺德(Nord)与纽马克(Newmark)的翻译研究对应用翻译有着“纲举目张”的指导作用。其翻译策略的选择, 在很大程度上与各自的文本功能有直接关系, 这一点与文学翻译不尽一致, 因而应用翻译中以文本功能来确定翻译策略切实可行。

关键词: 应用翻译; 文本功能; 信息型; 呼唤型

中图分类号: H315.9

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2004)03-0377-04

继德国学者莱斯(Reiss)将Karl Bühler有关语言功能的观点移植于翻译, 将文本类型、功能和翻译方法联系起来, 提出文本功能的四大类型即“信息型”(informative text)、“表达型”(expressive text)、“祈使型”(operative text)和“视听型”文本(audiomedial text)之后, Nord又在此基础上用“应酬功能”(或曰“寒暄功能”: phatic function)替换了Bühler的“视听功能”, 并根据文本功能和翻译目的的关系提出了“记实翻译”(documentary translation)和“工具翻译”(instrumental translation)两大翻译策略^[1](47~51)]。而Newmark则在此基础上又增加了“审美功能”(aesthetic function)和“元语功能”(metalingual function)这两大功能, 将Reiss的文本功能扩展为六大类, 并从中归纳出翻译的三种基本文本形式, 即“表达型文本”(expressive text)、“信息型文本”(informative text)和“呼唤型文本”(vocative text)^[2](20, 47)], 还据此提出了“语义翻译”(semantic translation)和“交际翻译”(communicative translation)两大翻译手法^{[2](38, 39)[3](45~48)]}。这些研究将翻译活动与文本功能紧密切合在一起, 从语言功能的角度阐明了文本类型与翻译策略的关系。

就应用翻译而言, 其体裁范围几乎涵盖社会政治经济生活各个方面, 但从其文本所承载的功能来看, 基本可归纳于纽马克的“信息型”和“呼唤型”文本范畴, 或诺德“工具性翻译”(instrumental forms)所涉及的文本类型, 是一种实用性强而又注重“以内容

为中心”(content-centered)的翻译文体。因此, 其翻译目的和策略与文学翻译不尽一致, 手法上“交际翻译”多于“语义翻译”, “工具翻译”多于“记实翻译”。一句话, “归化”多于“异化”。

莱斯、诺德、纽马克等人的文本功能分类说(text typology)对应用翻译具有重大的指导意义, 与应用文体的体裁类型和交际目的极其吻合。有一种说法, 说文本功能不是决定翻译策略和方法的惟一因素, 这有一定道理。因为翻译语境中的其它因素都有可能对其产生制约或影响, 如译者意图、翻译目的、读者层次等等, 特别是在文学翻译中, 这种不确定性更加复杂。但不可否认的是, 文本功能和翻译策略之间的确有密切的联系, 并形成了一定的规律性。如果说文学翻译中这种规律性不是十分稳定的话, 那么在应用翻译领域则表现得十分明显。应用翻译体裁大多注重信息传递的内容和效果, 文本的“信息”和“呼唤”功能突出, 实用性、规范性强, 所谓的“官样文章”“安民告示”者居多, 如政治经济文件、科技商贸资料以及广告旅游、公共宣传一类的体裁, 大多有固定的文本格式和套路, “文本个性”(personal components)相对而言不及文学体裁突

收稿日期: 2004-02-06; 修回日期: 2004-03-24

作者简介: 贾文波(1953-), 男, 湖南常德人, 中南大学副教授, 主要研究方向: 应用翻译理论与实践, 西方功能翻译理论研究。

出,不少文本在翻译中只是起到“提供信息”(offer of information)的作用^{[1](12,31)},作者在文本中的身份也常常处于一种“无名氏”(anonymous)的地位^{[3](47)}。传递文本信息、感化受众是它们的主要功能,信息传达的“真实性”(truth)和读者效应是这类文本翻译的“核心”。因此,这一类文本大多可根据其自身的交际功能来决定翻译目的及其相应的策略,译者没有必要(也很少有可能)为此去煞费苦心另辟蹊径。

例如,对于应用文体中的“使用说明书(instructions for use)、旅游资料(tourist information texts)、产品介绍(information on products)”这一类“信息”功能明显的文本,诺德认为,不妨采用“工具翻译”中的“等功能翻译”法(equifunctional translation)来处理。所谓“等功能翻译”就是“为的语读者再现源语功能”(achieve ST functions for target readers)^{[1](51)},这与奈达的“功能对等”不谋而合。哪怕各自的文本形式不大一样,只要在功能上实现了原、译语间的“对等”,就能有效传递原文信息,让译文“使读者感觉不出在阅读译文”(readers are not supposed to be aware they are reading a translation at all)^{[1](52)},从而顺利达到翻译的目的。

纽马克也认为,“信息型”文本(几乎囊括了大部分应用文本体裁)宜用“交际翻译”的手法来处理,应注重接受者的理解和反映,“让译文读者获取尽可能接近原文读者的效果”(… attempts to produce on its reader an effect as close as possible to that obtained on the readers of the original)^{[2](42)},这与奈达倡导的“译文文本的读者基本上能以原文读者理解和欣赏原文的方式来理解和欣赏译文文本”的效果如出一辙,反映了“信息型”文本翻译策略上“功能对等”的基本趋势。

对于“通告(notices)、说明书(instructions)、公共宣传品(propaganda, publicity)、通俗作品(popular fiction)”等一类“呼唤型”的文本翻译,纽马克认为也应该用“交际翻译”手法来处理。这一类文本功能注重的是译文读者的反映,即让读者能“按文本预想的方式做出反应”(react in the way intended by the text.)^{[3](40~41)},功利性目的十分明显。为此,翻译中译者有权对文本做“逻辑上的改进”(to correct or improve the logic),有权用“讲究的”(elegant)句法结构去替换“笨拙的”(clumsy)结构,有权摒除语言表达中任何“任性的”(wayward)的“含糊晦涩”(obscurities)、“歧义”(ambiguity)以及“同义反复”(tautology)现象,有权更改文本“个人言语方式上的怪癖”(bizareries of idiolect)等等^{[2](42)},这就从策略和手法上为此类文本的

翻译指明了途径。

实践证明,诺德和纽马克的翻译思想对应用文体的翻译起到了纲举目张的作用,特别是此类文本的汉、英互译,由于东西方文化的巨大差异,各自的文本规范和表达形式常有出入。因此,翻译的形式对应难求,但功能对等可取,要达到翻译目的,只能从文本功能出发。以此为起点,相应的翻译策略和手法亦变得切实可行。

二

从总的趋势上看,汉、英语应用文体的文本体裁似乎无太大差异,都有科技说明文、政治议论文、经贸应用文、旅游描写文、广告宣传文等各种类似的体裁。但是,由于汉、英语言文化上的差异,各自文本的“语域”(register)、“风格”(genre)、“要素”(tenor)等规范^{[1](52)}往往不尽一致。哪怕同是科技说明文,各自的语篇组合和行文风格也会大相径庭。因此,要保证此类文本的翻译效果,翻译时应根据文本的功能着重“信息”的传递和读者的理解,以有效实现译文在的语环境中所要求达到的目的。要做到这一点,不妨采用纽马克的“交际翻译法”,根据译文表达的需要适当地调整行文布局,使译文“语境通观”而“随便适会”,保证信息传递的效果。例如:

(1) About 1993, however, it was accidentally introduced into Florida, where the climate allowed **it to survive over winter** and to **establish populations**.

多么地道的英语!中国人写英语是很难想到“establish populations”这种搭配的。那么,“population”指“人口”还是“种群”?这就必须弄清文中“it”的实际所指。好在前文已有提示,“it”指一种“螺旋锥蝇”(screw-worm fly),既然是“锥蝇”,当然是“种群”之意了。但是,“建立种群”这一表达明显生硬,必须根据汉语习惯选择恰当的词汇来表达。

译文:但是,大约在1993年,这种螺旋锥蝇意外地传入佛罗里达州,那儿温暖的气候使它们得以平安过冬,导致该种群大量繁殖。

为保证信息传递准确并易于理解,译者深究原文上下文内涵,采用了“增译”的手法,使译文文通字顺、信息明确,准确表达了原义。又如:

(2) The **youngest** of the Rocky Mountains, the Teton Range is a spectacular sight. **Enhanced by** glaciers, deep canyons, snowfields, and lakes, the range

shoots up suddenly, with no foothills around it. ——
Grand Teton National Park, National Geographic

这是一则旅游广告, 文本功能不同于上例科技翻译。原文广告为说明文体, 功能重在信息, 言简意赅, 符合英语广告规范和读者习惯。若照直译为:

译文一:“落矶山脉中最年轻的特顿山脉景色壮观, 在冰川、深谷、雪地、湖泊的衬托下, 它突兀而起, 四周悬崖峭壁”。

对汉语读者而言, 译文言犹未尽, 尽管信息基本准确, 但不合汉语广告规范和读者的习惯, 缺乏感染力, 达不到充分传递信息的效果。在这种情况下, 为顺应新的交际环境, 应按汉语习惯强化译文的“呼唤”功能, 将原文字里行间的意境引申出来, 增强感染力:

译文二: 虽为落矶山脉中的小字辈, 特顿山却器宇不凡, 它拔地而起, 绝壁凌空, 冰川映雪地, 高峡出平湖, 景色蔚为壮观。

汉语引申的情感和意境其实就隐含在原文的字里行间, 而汉语特有的连珠四字句和平行对偶结构又能很好地表现和渲染这种意境。汉、英旅游文体表达风格上的差异也由此可见一斑。

三

从文本功能出发, 就能找准翻译策略的切入点, 使译文通达流畅而又能有效表达原义。但翻译实践告诉我们, 翻译中的功能对等不是绝对的, 原文与译文也有功能不一致的情况。特别在汉、英互译的过程中, 由于不同语言文化间或多或少存在着一种“不可通约性”(incommensurability), 加上各自读者对文本的期待也不一样, 因而汉语某类文本的功能不一定能在英语相应的文本中得到充分展示, 有时因特殊需要, 译文与原文的功能也会有所不同, 这与各自的文本规范和习惯俗成有关。例如, 汉语擅长情感抒发, 主客一体, 哪怕是应用型文本也常有大段的评述性话语, 导致汉语表达人文色彩浓郁, “移情”功能突出; 而英语则讲究逻辑理性, 客主分离, 应用型文本不允许过多的主观性抒发。因此, 莱斯认为, 翻译应该有具体的“翻译要求”(translation brief), 在“原语文本情景”(source text situation) 与“的语文本情景”(target text situation) 有差别的情况下, 译者应根据翻译要求, 优先考虑译文读者的需要。例如, 当源语文本功能因文化和/或时空差异不太适合于译文文本时, 不妨采

用“异功能工具翻译”法(heterofunctional instrumental translation)^{[1](50~51, 62~63)}, 使译文“取得近似(不是“等同”)源语文本的功能效果”(achieve similar functions as source text)。例如, 诺德认为将塞万提斯的《唐吉珂德》译成儿童读本时, 原文本功能因时过境迁而“讽刺”(satirical) 不再, “娱乐性”(amusing) 便成为译文的主导功能。

在广告文体翻译中, 由于此类文本功能的核心在传递信息, 加上英、汉语文本各自在“语域”“风格”“要素”等方面存在着差异, 倘若动笔之前不看对象一味突出原文本的“移情”功能, 导致译文读者不知所云甚至产生反感, 其效果只会适得其反。“信息”不明, 何来“移情”? 在二者难以两全的情况下, 为使译文符合具体的翻译要求, 译文中“的语文本的信息功能要优先于移情功能”^{[1](63)}, 以使译文信息准确。例如:

(3) 几年来, 公司实行“高薪、严管、高效”的管理办法, 发扬“敬业、拼搏、执着、奉献”的企业精神, 努力发挥外向型企业的龙头作用, 相继引进了三个外资项目, 初步形成了集团化经营新格局。

这一段文字可谓典型的“八股文”。从逻辑上看, 因果关系不合理: “实行”“发扬”“发挥”就导致了“引进”和“形成”? 结构上也头重脚轻。动笔翻译之前不妨问问自己: 作者说这些话意图何在? 若出于行文需要且无多大实际意义便可删去不译, 若在上下文中不可缺少, 则可抽象概括其大意译出。

译文: As a leading enterprise in a global market orientation, we have in recent years established successively 3 joint ventures, all well managed with great efficiency, thus taking shape a large enterprise group.

何谓“严管、高效”? “all well managed with great efficiency”可一言以蔽之(独立主格结构做方式状语)。“高薪”实在不必提, 与世界标准相比, 中国不可轻言“高工资”。“外向型”企业曾被译为“export-oriented enterprise”, 但现大多权威专家认为“global market-oriented enterprise”更准确更合时代要求。全文译得十分简洁, 准确表达了原文实际意义, 突出了主题信息, 其它非主流信息则删去不译, 保持了译文的简洁流畅。

过于夸张和自我标榜的汉语广告在国内已司空见惯, “移情”功能(或曰“呼唤”功能: vocative)十分明显, 意在为读者树立一个强大而可靠的形象, 以博取消费者的信赖, 这能被汉语读者理解和接受。但在英译文中若如此张扬, 估计效果不会太理想。英语

商业广告强调客户至上,宣扬的是消费者利益而不是企业的形象如何高大,重在用事实说服广告受众,“信息”功能突出。因此,对于汉语惯用的“移情”方式,翻译时应予以适当转换,突出译文在新的语境中拟发挥的功能,有利于实现商业目的。例如:

(4) 象山夜月:广西桂林的象鼻山下有个水月洞,江水从洞中横贯而过,若乘小舟缓缓驶入水月洞,便见“水底有明月,水上浮明月,水流月不去,月去水还流”的绝妙景观。

译文: The Water-Moon Cave, where the water flows through, is located in the Elephant Trunk Hill, Guangxi. When visitors go into the cave by boat, they can enjoy the silent moon in the running water.

汉语突出“移情”不惜使用诗词来烘托气氛,意在引发读者美感共鸣。而英译文却只“告之”信息,去掉了汉语的情感抒发部分,语言通俗,信息明确,利于读者接受。

“异功能翻译”法实际反映了翻译“目的论”(skopostheory)的主旨,即“为的语目的和的语环境中的的语受众,产生的语背景中的文本”(Vermeer: to produce a text in a target setting for a target purpose and target addressees in target circumstances)^{[1](12)},这一手法注重的是译文而不是原文的预期功能,实际上是一

种“异化”手段,为发挥译语优势,鼓励对原文进行适当“改写”(adaptation),使译文既能连贯自如地传达原作内容又符合目的语规范和文化标准,有效实现翻译目的。

无论是纽马克还是诺德,都将文本功能和翻译策略及方法结合起来,考虑到应用翻译的实用性和特殊性,分别提出了“交际翻译”和“工具翻译”的方法。不论它是否科学全面,应用翻译的大量实践已证明,这一方法切实可行,对我们的翻译实践能起到“纲举目张”的作用。当然,功能翻译理论的这种指导作用必须建立在译者扎实的语言基本功和翻译能力之上,它只是在翻译的宏观策略上为译者指明了方向,代替不了具体的翻译操作和技巧。

参考文献:

- [1] Newmark. Approaches to translation [M]. 上海:上海外语教育出版社,2001.
- [2] Newmark. A textbook of translation [M]. 上海:上海外语教育出版社,2001.
- [3] Nord. Translating as a purposeful activity, functionalist approaches explained [M]. 上海:上海外语教育出版社,2001.
- [4] 冯国华. 语境通观,随便适会[J]. 中国翻译,2002,(1):76-81.
- [5] 李运兴. 论语篇翻译教学[J]. 中国翻译,2003,(4):69-70.

A guiding principle in pragmatic translation: strategy based on the text functions

JIA Wenbo

(School of Foreign Studies, Central South University, Changsha 410075, China)

Abstract: Pragmatic translation features largely in its practicable and content-centered style, most texts of which can be classified into the two text categories defined in Newmark's Text Typology with the functions respectively of the "informative text" and the "vocative text". An internal relation between the text functions and the translation strategies is obviously to be seen and forms a regular pattern in its translation practice, showing that the notions advocated by Nord or Newmark in the translation studies can serve as a guiding principle in specifying the strategy which, rather different from the literary translation, directs closely to each text function. Therefore, it is feasible to confirm the specific strategy based on the text functions in the pragmatic translation.

Key words: pragmatic translation; text functions; informative; vocative

[编辑: 苏慧]