

翻译模因论在外宣材料汉译英中的应用

李云蕾, 贾德江^①

(南华大学 外国语学院, 湖南 衡阳 421001)

[摘要] 外宣翻译的目的是通过外国受众喜闻乐见的方式,准确地传达对外宣传的信息。文章运用翻译模因论,分析外宣翻译的特点及其期待规范,重点探讨翻译模因论关照下的外宣材料翻译策略模因,旨在强化对外经济文化交流的效果。

[关键词] 外宣翻译; 翻译模因论; 期待规范模因; 翻译策略模因

[中图分类号] H315.9 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2012)01-0115-03

随着我国对外开放的不断深入,对外经济文化交流的日益频繁,对外宣传工作也越发重要。外宣翻译作为对外宣传的主要媒介和方式,其重要性不言而喻。对外宣传翻译的目的是能让外国受众准确无误地接受宣传信息,如实反映我国的基本国情,政策方针等。本文试图运用“翻译模因论”的一些主要论点,如期待规范、翻译策略等,分析外宣翻译中应该坚持的一些原则和可以采用的常见策略。目前从这一理论视角进行外宣材料翻译研究还不多见。因此,就翻译模因论视角下的外宣材料汉译英进行研究具有一定的现实意义。

一 切斯特曼翻译模因论

模因论是基于达尔文进化论来解释文化进化规律的一个新兴理论,其核心理念就是“模仿”。“模因”一词是道金斯首次在《自私的基因》一书中提出来的,他认为模因是一个文化传播单位或模仿单位,类似于生物基因能够进行复制和传播,但是其区别是模因并非基因遗传方式,而是通过模仿从一个人的大脑进入另一个人的大脑^[1]。现在模因论的研究在西方开展得如火如荼,中国学者也积极介入,以何自然为主^[2]。模因一词已广泛传播进入心理学、社会学、文化学等领域,首次把模因论引入翻译领域的是 Chesterman(1997)和 J. Vermeer(1997)。他认为模因在同一文化中传播总是通过模仿,以语言为主要载体进行传播,但如果模因要通过语言进行跨文化传播则需要翻译,因此翻译是模因的生存机

器^[3]。根据 Chesterman 的观点,翻译模因包括某些与翻译本身有关的概念和观点,与翻译理论相关的也可以称作翻译模因。Chesterman 认为,任何时期的模因库中,总有模因占据主导地位,这种模因就成为规范。他总结前人的研究成果后提出,(某种文本的)期待规范最终是由目的语读者(对该种文本)的期望构成的^[3]。策略模因是指译者为了达到目的语读者的期望,服从专业规范,解决翻译过程中的种种问题,而有意对文本进行操作^[3]。

二 对外宣传的定义及外宣翻译的特点

关于“外宣”,《宣传舆论学大辞典》将对外宣传定义为“面向国际社会的宣传。包括向外国宣传本国的方针政策、国内情况和本国对国际问题的立场。”对外宣传是我国外交工作的一个重要组成部分,它客观、真实地向海外受众介绍社会主义新中国的对外政策、经济文化、建设成就,包括人权状况等,争取世界人民的了解、信任和支持,在海外树立起我国良好的国际形象,为我国现代化建设创造有利的国际舆论环境。

外宣翻译(publicity-oriented translation)是对外宣传中的外语工作,外宣翻译的效果如何直接关系到对外宣传目的能否实现。爱泼斯坦等专家认为,对外经贸、外事、旅游、交通、公安、科研、文化、教育、体育、金融、娱乐等部门,凡是同外国人有来往、有接触的地方,就都要做外宣工作,就都需要使用外语^[4]。长期从事新闻翻译研究的王银泉教授指出:

[收稿日期] 2011-11-12

[作者简介] 李云蕾(1988-),女,安徽阜阳人,南华大学外国语学院硕士研究生。

^①南华大学外国语学院教授。

“一切汉英翻译实质上就是外宣翻译。”^[5]由此可见外宣翻译的一般性特征。另外,外宣翻译需要注意“内外有别”,即译者要充分考虑汉英的语言内因素差异,更要注意汉英文化等语言外因素的差异,灵活地处理翻译过程中遇到的问题,使译文不仅能如实表达原文的信息,更能符合译文读者的思维方式和阅读习惯,达到对外宣传的效果。近年来一些研究外宣翻译的学者,提出“外宣三贴近”(贴近中国发展的实际,贴近国外受众对中国信息的需求,贴近国外受众的思维习惯)的原则^[6]。也就是说,外宣翻译是“以受众为中心”的。这些特点都决定了外宣翻译的重要性,也显示其不同于其他翻译的特殊性。

近年来,外宣翻译研究逐渐引起专家学者的注意和兴趣,不同的学者运用中外翻译理论,如功能翻译理论、关联理论、语篇理论、对等理论、文本类型理论等,阐释其在外宣翻译中的运用。研究者大多采用理论同实践相结合的方法,以解决实际问题为出发点,为该领域的进一步研究打下了较好基础^[7]。本文试图以 Chesterman 的翻译模因论为依据,以近年来《中国翻译》刊登的“中国译协对外传播翻译委员会最新研讨成果”为研究材料,重点探讨英文的期待规范,并分析译者为了达到期待规范而采取何种翻译策略。

三 翻译模因论关照下的外宣翻译

(一) 英语读者的期待规范

成功的外宣翻译需要符合目的语读者的期待规范。不少学者进行了大量理论和实践研究,总结出英文的语言风格主要为简洁明快、结构严谨、层次清晰、逻辑性强等。而汉语讲究雕琢辞藻、逻辑松散,为渲染气氛常用四字结构,语义重叠,需靠上下文的语境意义来弥补意义层次模糊和逻辑松散的不足。由此可见,中英语言习惯的差异巨大,外宣译者需要采取一些必要的翻译策略。比如,

原文:依托国家重点项目、重点学科和重点科研基地,造就一批科技领军人才、学科带头人和战略科学家

译文:We will bring force a number of leading scientists, scholars and science strategists through the development of key projects, disciplines and haoinstitutes.

我们可以看出,汉语句子没有主语,由两个分句组成,没有连接词。而英译的句子不仅增添了主语,保证符合英语语法,在分析了两个分句的关系之后,还添加了一个“through”构成的介词短语结构,合并成一个完整的句子,这就使译文符合了英语读者的

期待规范。

翻译不仅是简单的源语和目的语之间的信息转换,也是一种跨文化交流。汉英民族由于各自的历史发展、地理环境等形成差异较大的文化背景、价值观念和思维方式。对外宣传材料中经常出现具有中国特色的词语,而英语读者对中国文化和政治背景了解不多,需要译者进行补充解释。总之,外宣翻译的译文既要符合英语的语法规则,又能让读者觉得喜闻乐见、清晰易懂。

(二) 翻译策略模因

为了满足读者的期待规范,译者会对潜在的译文(脑海里立即形成的译文)做出改变。这往往是由于潜在译文里出现了一些问题需要解决,比如不合语法,语义模糊,语用效果不够等。因此,所有的翻译策略都可以视为改变了一些东西。Chesterman 按照“改变”的内容将翻译策略划分为三大类,即句法策略(改变形式)、语义策略(改变意义)和语用策略(改变信息)。

1、句法策略

句法策略是指译者对译文进行结构的调整,主要包括转换词类、转移层次、改变句子结构或短语结构、改变衔接及改变修辞手法等。如前文所述,汉英语言系统差异较大,需要译者对原文进行调整,才能使译文符合英语语法规则和读者的阅读习惯,因此句法策略在外宣翻译中应用较广。例如,“不断探索和回答什么是社会主义,怎样建设社会主义,建设什么样的党,怎样建设党,实现什么样的发展,怎样发展等重大理论和实践问题”,这种排比句形式工整,朗朗上口,具有很好的宣传效果,可是如果逐字翻译成“constantly seek answers to major theoretical and practical questions such as what socialism is and how to build socialism, what kind of Party we must build and how to build our Party, and what kind of development China should achieve and how to achieve such development. 此译文虽符合英语语法,但反复出现的“社会主义”“党”“发展”却会给外国读者重复累赘的印象。而用代词可避免重复,“constantly seek answers to major theoretical and practical questions such as what socialism is and how to build it, what kind of party we must build and how to build it, and what kind of development China should achieve and how to achieve it.”该译文简明连贯,符合英文读者的期待规范。

2、语义策略

Chesterman 将改变意义的策略归类为语义策略,主要有同义词和反义词、下义词、改变抽象程度、改变

强调成分或比喻修辞等策略。外宣翻译中有许多具有中国文化内涵的表达,逐字翻译可能无法表达出该层含义,甚至可能引起读者理解困难。例如“保障米袋子”、“菜篮子安全”,该处使用借代的修辞手法,用米和菜泛指我们的饮食。米饭是中国人的主食之一,而外国人吃的是面包。中国人提着菜篮子去菜市场买菜也与外国人的购物习惯有所不同。如果直接译成“rice bag”“vegetable basket”,就会失去这样的借代含义,所以译成“secure food supply”更合适。再举一例,“打好节能减排攻坚战和持久战”运用了比喻的修辞手段,把一项活动当做一场战役。这是汉语写作中常见的一种表达,似乎这样的句子很能鼓舞“士气”和“斗志”,可是如果直译过去,其译文容易造成歧义,让读者错误地认为,“中国人很好战”。翻译成外文就应注意多用一些平实的词句,少一些“火药味”,因为翻译的任务是沟通,而决不是误导。为了避免造成读者不好的联想,可以译成“strive to conserve energy and reduce emissions”。

3、语用策略

语用策略是译者在掌握了读者期望的基础上对译文信息的调整,包括文化过滤、改变显隐性、改变信息、改变人际关系等。译者采用语用策略的目的也是为了保证读者能够准确无误的接受宣传信息,避免造成歧义。外宣材料里经常出现一些政治口号和术语,比如“三下乡”如果直译成“three going to the countryside”会令人不知所云,甚至会联想起知识青年“上山下乡”。事实上,“三下乡”是指把文化、科技、卫生送进基层农村。因此,可以译成“bringing Culture/Science and Technology/Hygienic Health to the Countryside”。再比如,“始终坚持“一个中心、两个基本点”的基本路线,有些国内读者都不太熟悉这个口号,外国读者理解起来不是更困难了吗?所以

最好对原文作解释性翻译——“镶补”即补充外国人未知的信息,使得译文清晰易懂。可以译成“always adhere to the Party's basic line of taking economic development as the central task and upholding the Four Cardinal Principles and the reform and opening up policy, known as “one central task and two basic points.””

四 结语

成功的对外宣传,是要让外国受众真正了解中国,认识其发展状况、成就、独特的文化等事实。这就决定外宣翻译应该以外国读者为中心,用他们喜闻乐见的方式,如实传递他们需求的信息。本文将Chesterman的翻译模因论运用到外宣翻译中,认为外宣翻译的外国受众期待的是简洁明快、结构严谨、逻辑性强、清晰易懂的译文,为达到这些期望,译者需要在翻译时采取一些灵活的翻译策略。

[参考文献]

- [1] Dawkins Richard. *The Selfish Gene* [M]. Oxford: Oxford University Press, 1976:206.
- [2] 何自然,何雪林. 模因论与社会语用[J]. 现代外语, 2003(2):9.
- [3] Chesterman, Andrew. *Memes of Translation the Spread of Ideas in Translation Theory*. Amsterdam /Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1997:7-94.
- [4] [波兰]爱波斯坦,林茂荪,沈苏儒. 呼吁重视对外宣传中的外语工作[J]. 中国翻译,2000(6):2-3.
- [5] 王银泉. 实用汉英电视新闻翻译[M]. 武汉:武汉大学出版社,2009:9.
- [6] 黄友义. 坚持“外宣三贴近”原则,处理好外宣翻译中的难点问题[J]. 中国翻译,2004(6):27-28.
- [7] 仇贤根. 外宣翻译研究[D]. 上海:上海外国语学院硕士学位论文,2010:32-33.

A Memetic View of Publicity-Oriented C/E Translation

LI Yun-lei, JIA De-jiang

(University of South China, Hengyang 421001, China)

Abstract: The ultimate goal of publicity-oriented C/E translation is to transfer the information of publicity-oriented materials to foreign receiving group in a way they consider acceptable on the premise of appropriate equivalence between source text and the target text. This thesis applies the theory of The Memes of Translation by Chestman to publicity-oriented C/E translation. It also comes out with several translation strategies to conform to expectancy norms so as to achieve more effective communication between China and foreign countries.

Key words: publicity-oriented C/E translation; memes of translation; expectancy norms; translation strategy norms