

外宣翻译中的归化与异化策略

沈 军

(信阳师范学院 跨文化语言研究中心,河南 信阳 464000)

摘 要:归化与异化是跨文化翻译的两种策略,在外宣翻译过程中归化与异化这两种翻译方法应该是相辅相成的辩证统一关系。采用归化译作应不失去原文的味道,异化也可通过直译和音译实现译文的通顺易懂。译者在外宣翻译中扬两策略之长而避其短,配合使用,可以更好地保证外宣材料的翻译质量,有利于在对外宣传中提升国家形象。

关键词:外宣翻译;归化;异化

中图分类号:H059 **文献标志码:**A **文章编号:**1003-0964(2017)02-0012-04

一、前言

对外宣传无法离开翻译这一媒介,外宣翻译是翻译的一种特殊形式。在我国,外宣翻译就是指在全球化背景下以让世界了解中国为目的的一种翻译样式^[1]。与大家所熟知的文学翻译不同,外宣翻译有着自己鲜明的特点,即政治性强、目的明确、信息量大。外宣材料形式多样,包括政府文件、政策公告、媒体新闻等。随着我国在国际事务中发挥着越来越重要的作用,对外宣翻译的要求也越来越高,外宣翻译要紧跟形势,进一步提升质量。

不同的国家和民族,因为其居住环境和生活习惯以及社会制度的不同,形成了国家和民族之间的文化差异。弥补文化差异是达成不同文化共同体相互了解的基础。在外宣翻译过程中,译文信息的准确性和真实性,将直接影响到外国受众对中国政治经济政策、中国传统文化的理解。在汉语中,存在大量的特色词汇,有着丰富的中国文化元素,在目的语中难以找到直接与它相匹配的对应物,即在一种文化里有一些不言而喻的东西,在另一种文化里却要费很大的力气加以解释^[2]。因此,在对外宣传中,要使外国人准确了解中国国情、汉语文化,并且让他们逐渐认同和接受中国的价值观和社会生活习惯,则须在翻译过程中弥补文化差异,精准翻译,提高翻译质量,增强译文的欣赏性和可读性,让外国受众愿意接受进而能够了解中国。本文拟结合实例,阐述如何在外宣翻译中合理运用归化异化策略,从而更好地讲好中国故事,传

播好中国声音,提升我国的国际影响力。

二、翻译中的归化与异化

(一)归化与异化释义

劳伦斯·韦努蒂(Lawrence Venuti)于1995年在《论译者的隐形》中提出归化和异化翻译策略。其中,归化翻译是把语言看作交际的工具,以目的语文化为归宿,主张译文尽量依照、适应目的语文化习惯,实现译文的通顺自然,使目的语读者觉得如同阅读母语作品。归化翻译要求译者尽量缩小文化因素的差异,或改变、调整原文,为目的语受众着想,扫除语言文化障碍,强调通俗易懂,避免多义或歧义,比如将汉语的“一箭双雕”译为 Kill two birds with one stone.

而异化的目标是以源文化为归宿,译者要向源语作者贴近,用源语作者的方式来表达原文内容,提倡译文应顺应源语作者的遣词用字习惯,尽量保留源语的语言与文化特点。异化翻译可以通过使受众异化的译文了解异国语言的风格特点、异国风情和异国的文化。

在我国,外宣翻译中的异化策略就是要保留鲜明的“中国特色”,展示中国积极、正面的国家形象;其目的不是通过翻译消除语言和文化的差异,而是要在翻译中保留语言和文化上的差异。

(二)归化与异化之争

在翻译中采用归化策略还是异化策略,一直是翻译学界争论的热点和焦点。王东风在《归化与异化:矛与盾的交锋》一文中对两种策略做了比较深入

收稿日期:2016-11-22;收修日期:2017-01-05

基金项目:国家社科基金一般项目(16BYY029)

作者简介:沈 军(1977—),男,河南固始人,大学外语部副教授,主要研究方向为翻译理论与实践、大学英语教学。

的探讨。该文开门见山地指出:“归化与异化之争,是直译与意译之争的延伸,可谓由来已久。”^[3]他又指出:“归化与异化可看成直译与意译概念的延伸,但并不完全等同于直译与意译。如果说直译与意译是语言层次的讨论,那么,归化与异化则是将语言层次的讨论延续升格至文化、诗学和政治的层面。”^[3]

赞同归化观点的学者认为翻译就是交际,译者的责任之一就是避免文化冲突,因为文化冲突会导致各种形式的误解。译者在把一个文本移植到另一种文化中去时,要仔细权衡文化中的思想内涵。如果译文表达的内容和形式在译文读者对现实世界了解的知识范围之内,读者就能更好地理解译文。译者要尽可能地将源语文化转换成目的语文化,但想把源语的语言规范强加给目的语,一般来说是不现实的;同样,试图把源语文化的体系强加给目的语文化也是危险的。因此,译文不仅要克服语言的障碍,而且要克服文化的障碍。同时,译者也是传播者,在跨文化交际中,应尽力消除两者的隔阂,把源语文化的含义较为准确地传递给目的语文化的读者。

赞同异化观点的学者认为有必要让译文读者了解异国文化,并且这也往往是受众阅读译作的目的。异化能够体现源语文化的渗透力,在目的语文化中移植进源语文化将会丰富目的语文化和目的语的语言表达方式。

有些学者认为归化和异化,无论采取哪一种都必须坚持到底,不能将二者混淆使用,然而在实际的翻译中,我们无法避免归化异化的交互使用。翻译要求忠实再现原文作者思想和风格,而这些都是带有浓厚的异国情调的,必须采用异化法;与此同时,若译文需考虑原文的流畅和读者的理解,归化法则更行之有效。归化、异化各有优势,也各有不足。选取一种而排除另一种的做法是不可取的。在外宣翻译过程中归化与异化这两种翻译方法应该是相辅相成的辩证统一关系。采用异化不妨碍译文的通顺易懂,归化译作也不失去原文的味道。译者在外宣翻译中兼顾二者之长而避其短,配合使用,可以更好地保证外宣材料的翻译质量,有利于在对外宣传中维护提升国家形象。

三、归化与异化在外宣翻译中的运用

随着我国综合国力以及国际影响力的不断提高,国际社会对我国的关注度逐渐增加,对外宣传愈显重要。外宣翻译是提升中国文化软实力、向世界展示中国形象的重要途径。黄友义说:外宣翻译要求译者熟知并运用“外宣三贴近”:贴近中国发展的实际,贴近外国受众对中国信息的需求,贴近外国受

众的思维习惯^[4]。中国文化博大精深,很多反映文化风俗习惯、生活方式、传统、历史典故的词汇在英语中没有完全的对等语,我们把中国话语与中国发展紧密联系在一起,把博大精深的中华文化作为身后的民族本土资源,建立起用中国自己的“说话方式”向世界传达“中国声音”的翻译表达语用体系^[5]。至于归化异化策略的选择自然要结合外宣材料的类型特点,运用归化策略翻译涉及政治、经济、外交等方面的外宣材料,而对于中国元素、传统文化、风土人情等方面的外宣材料翻译则可以运用异化策略。

(一) 外宣翻译中的归化策略

有学者主张归化是翻译中应该采取的最佳方法。“无论从翻译的本质目的还是从翻译的实践来看,翻译的方法只能以归化为主调,否则翻译就没有存在的价值了”^[6]。在这种主张下,对不同文化发展中存在的差异性,主要运用归化的策略加以解决。译者根据源语作者的主要意图,以本国文化特征为主导,将读者作为译文翻译的重心,通过分析和掌握源文的主要中心思想,为读者提供以自身文化内涵为依据的译文。这样的译文,相对而言比较能让读者易于理解和掌握,便于读者很好地理解原文主旨^[7]。

1954年4月,周恩来总理率领代表团参加日内瓦会议。为了让西方世界更好地了解中国,感悟中国传统文化的意蕴,周总理特别安排放映一部优美抒情的影片《梁山伯与祝英台》。这是一个在中国家喻户晓、充满浪漫主义色彩的爱情故事。然而此故事外国人知之甚少。周总理巧妙地将片名翻译为“*Chinese Romeo and Juliet*”——《中国的罗密欧与朱丽叶》,引发了西方观众的情感共鸣。影片上映后,观看该片的外国观众立即被这部歌颂爱情的悲剧故事吸引住了,加深了他们对中国的了解。

在汉语中,有很多词语所表示的意义并非该词语在通常语境下所反映出来的概念意义本身,而是蕴含着富有汉文化特殊内涵的附加意义,对于这样的汉语词汇,采取归化翻译是一个较好的途径。2011年3月14日,时任中国政府总理的温家宝在两会记者会上引用了《离骚》诗句“亦余心之所善兮,虽九死其犹未悔”,译员张璐把这句诗译为:For the ideal that I hold dear to my heart, I'd not regret a thousand times to die. 因古汉语中“九”泛指“多”,张璐将其译为“thousand times(一千次)”,把“九死”翻译成 a thousand times to die(死一千次)而不是 nine times to die。非常准确、到位,也符合英语的习惯。

汉语中还有一些词语,是话语经过压缩以后而形成的缩略语,也只有采用归化翻译才能译出其中的特定寓意。在我国经济体制改革过程中有“抓大放小”的政策。如果译为:to size the big thing and lose the small one. 英语受众很难理解。汉语原文本意为“抓大”指壮大扶持实力雄厚的大集团大企业,“放小”指搞活发展国有中小企业,所以译为:to invigorate large enterprises while relaxing control over small ones. 外国人可以通过这样的译文清楚了解中国的经济政策。

从以上例子可以看出,在翻译涉及政经、外交类的外宣材料时,归化策略是首选,译文的表达方式是完全通顺自然的,译语读者可以更好地理解原文。总之,运用归化策略翻译外宣材料,有利于使目的语读者把注意力更多地集中于文本的信息内容,而不会被那些即便说不上荒唐至少也显得怪异的言语所疏远^[8]。

(二)外宣翻译中的异化策略

鲁迅一贯主张从外国文化中输入新的内容、新的表现法,“如果还是翻译,那么首先的目的,就是在博览外国的作品,不但怡情,也要益智,至少是知道何时何地有这等事,和旅行外国很相像,它必须有异国情调,就是所谓洋气”。在这里,所谓尽量保留外国文化的异质,实际上就是提倡翻译中采用异化手段^[9]。在我国的外宣翻译工作中,译者运用异化策略翻译外宣材料就是要保持汉语有特色的文化因素,使外国读者能够感受到汉语被翻译后的“中腔中调”。这并非译者翻译技巧不娴熟的表现,而是向外国读者推广中国文化,使中国文化也能在英语语境中保持原汁原味^[10]。异化翻译可以归纳为以下两种形式。

1. 直译

直译是既保持原文内容,又保持原文形式的翻译方法。这种方法可以最大限度地保留源语文化特色,促进文化交流。

例如,毛泽东在《关于正确处理人民内部矛盾的问题》一文中指出:处理人民内部矛盾采取“团结——批评——团结”的方法。译文为:We must adhere to the formula of “Unity-Criticism-Unity” in dealing with contradictions among the people. 2008年北京奥运会主题口号是“同一个世界,同一个梦想”,其英文译为“One World, One Dream”。我们通常把“社会主义市场经济”译为“China’s market economy”,这就是运用了异化策略,译文以外宣受众为重,侧重中国核心信息的翻译。若翻译成“so-

cialist market economy”,“中国特色”内涵凸显不足。

直译可以更好地服务于说明中国、展示中国的目的。但直译绝非死译,由于汉英两种语言属于不同语系,语言的形式与内容,句子的表层结构与深层含义,有时不统一,所以为避免误译,译员也要慎重选择。比如成语“塞翁失马焉知非福”,英译如果为“When the old man on the frontier lost his horse, who could have guessed it was blessing in disguise.”译语读者就理解不到其中因祸得福、事物发展具有两面性的内涵,若译为“A loss may turn out to be gain.”可能更能表达出句子的寓意,便于读者理解。

2. 音译

音译就是把中文词汇按照汉语发音直接译入英语,是对发音的简单模仿,也是翻译过程中不可或缺的手段。音译法可以最大限度地保留中国特色词汇的鲜明特点。2008年,在纪念改革开放30周年的大会上,胡锦涛提出“不折腾”来实现奋斗目标。季羡林曾经把“不折腾”译为“no trouble making”;还有一些翻译为“no dithering”“avoid power abused”等等。而对于此语的深刻内涵,上述译例也无法准确地传递给译语读者。而目前普遍认可的译法还是来自国务院新闻发布会上,译员直接用汉语发音译为“bu zhe teng”。再如,一些中国元素的英译词:Jiao-zi(饺子)、fengshui(风水)、guanxi(关系)、Wu Shu(武术)等。音译作为一种基本的异化翻译手段,在保留汉语文化方面行之有效。它通过一种译语读者陌生的语言形式,阻断读者与其母语文化的联系,为中国文化的传播扫清了道路。外宣翻译中音译的运用也体现了译员对于推广中国文化的用心。音译不仅能引起译语读者对中国文化现象的兴趣,而且使越来越多的中文词汇进入英语,极大地丰富了英语语言。

由此可见,异化翻译不仅能够再现原文独特的文化内涵以及表达方式,而且能让受众更真切地感受和认识中国文化,实现外宣翻译的目的。

(三)归化与异化的交互运用

外宣翻译的目的是让国外受众理解并喜欢我们传播的内容,接受我们的观点和立场,所以,外宣翻译中应以目的语为归宿,设法化解由文化、社会背景以及逻辑思维、审美观等方面的差异带来的翻译障碍,使目的语受众能够准确无误地理解和摄取译文传达的信息并把握译文传递的要旨,从而达到对外宣传的目的^[11]。

如习近平提出“中国梦”的战略愿景,是基于中华民族自近代以来为实现中华民族伟大复兴的伟大

理想,“中国梦”英译为 Chinese Dream 是较为贴切的。不论是归化还是异化,无非是两种不同的翻译策略,只是对于译语读者的关注的侧重点不同而已,两者之间的关系是相辅相成、密不可分的,而不是完全对立的。在翻译实践中,无论选择两种策略的哪一种都应该基于原文,尊重原文作者和译文读者,根据读者的接受水平选择尽量偏向原文却又以能让读者接受的方式来翻译。归根结底,在文化传播问题上的异化是为了最终使得读者在译文的欣赏中做到真正的归化。因此,在翻译中,归化和异化应该是和谐统一的^[12]。

中国著名翻译家杨宪益与夫人戴乃迭合作翻译的中国四大名著之一《红楼梦》,它的题目被译为 A Dream of Red Mansions,在汉语里,梦者,不实也,寓本书乃虚构也,是作者为避猜忌而说的,同时也有人生如梦的意思,寄托了作者对世人的看法。英语里 dream 是没有这么深刻的内涵的。而英国著名汉学家戴维·霍克斯把“红楼梦”翻译为 The Story of the Stone,《石头记》是曹雪芹创作《红楼梦》时给书取的原名,外国读者就可能理解该书是一本奇幻小说或者传奇故事,即贴近实际又具有一定吸引力。

我们常说“一寸光阴一寸金”,强调时间的宝贵。如果运用归化策略翻译,则为“Time is money”。如果采用异化翻译,就是“An inch of time is worth an inch of gold”,两者都能贴切表达原文寓意。由此可见,归化与异化在外宣翻译中的具体运用,虽都可以产生好的译作,但具体运用的方法和对其的准确把握很关键。因此,面对归化和异化这两种翻译策略,无论是归化多些还是异化多些,只要我们在翻译的过程中能将二者结合得好,将其辩证统一的关系充分体现出来,就会产生既再现了原作的风格,又结合了读者的文化及语言习惯的译文。这就是成功的

翻译。

随着我国综合国力的不断提升,外宣工作者承担着对外宣传的重要责任,在翻译的过程中,外宣译者不仅要具有扎实的中外语言文化基础、渊博的社会背景知识,而且要善于运用正确的翻译策略,只有善于兼用异化和归化两种方法,采取“两条腿走路”的方针,才能更好地完成外宣翻译的任务。

参考文献:

[1] 张 健. 全球化语境下的外宣翻译“变通”策略刍议[J]. 外国语言文学, 2013(1): 19-27.
[2] 王佐良. 翻译与文化繁荣[J]. 翻译通讯, 1985(1): 3-7.
[3] 王东风. 归化与异化: 矛盾的交锋[J]. 中日翻译, 2002(5): 24-26.
[4] 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.
[5] 张宏雨: “三个自信”与外交翻译的中国话语权建构[J]. 信阳师范学院学报(哲学社会科学版), 2016(1): 92-95.
[6] 蔡 平. 翻译方法应以归化为主[J]. 中国翻译, 2002(5): 39-41.
[7] 高 洁. 论跨文化交际视角下英语翻译的同化与异化[J]. 海外英语. 2013(18): 122-123.
[8] 喻巧玲. 翻译中的同化与异化策略[J]. 北京城市学院学报, 2013(2): 64-67.
[9] 顾红兵. 再谈翻译中的归化和异化[J]. 成功, 2011(9): 255-262.
[10] 刘丽娟. 河南省旅游文化外宣翻译研究[J]. 新乡学院学报, 2016(2): 37-40.
[11] 李 静, 郭 义. 关于搞好外宣翻译的思考[J]. 西华大学学报, 2016(4): 104-107.
[12] 罗 铮. 浅论翻译中归化与异化的和谐统一[J]. 赤峰学院学报, 2011(8): 113-114.

Domestication and Foreignization in Publicity Translation

SHEN Jun

(Intercultural Language Research Center, Xinyang Normal University, Xinyang 464000, China)

Abstract: The publicity translation plays an important role in China’s foreign cultural dissemination. Domestication and Foreignization, two important strategies in publicity translation, show complementary and dialectical relationship. It is of great significance to do the publicity translation to let the world understand China correctly. This paper analyzes the characteristics of the publicity translation, interprets the connotation of domestication and foreignization, and expounds the ways of how to apply these strategies to do the translation of publicity information in order to create a good image of China, to propagate Chinese culture and to enhance our international influence.

Key words: publicity translation; domestication; foreignization

(责任编辑:蔡宇宏)