

美国主流媒体中国特色词语翻译透视

——基于《时代》、《新闻周刊》和《纽约时报》的英译实例分析

余秋平

(上海电子信息职业技术学院外语教学部, 上海 201104)

摘要: 本文通过大量实例分析发现:美国主流媒体在翻译中国特色词语时偏向于采用直译、音译、音译加释义为主的异化翻译策略。为了保持中国特有事物和概念的文化特色,这些媒体有时甚至不惜牺牲译文的可读性,不惜违背英语的文法规则,造成一些中式英译的出现。这种翻译策略与国内译界对外报道中偏重归化式翻译策略形成鲜明的对比。本文对这一现象做出探讨,供英语翻译教学人员借鉴和思考。

关键词: 主流媒体; 中国特色词语; 异化翻译策略; 透视

中图分类号: H059 **文献标识码:** A **文章编号:** 1005-7242(2013)06-0067-05

1. 前言

近年来,随着中国经济日新月异的发展及中国国际地位的提高,外报外刊纷纷报道中国特有事物和概念,由于这些词汇缺乏直接对应的英文词汇,其英译是一大难点,也是国内译界关注的问题之一。本文通过具体分析美国主流媒体在翻译这些词语时的翻译策略,了解以英语为母语的译者在英译这些词汇是否“技高一筹”?其译文是否准确?美国影响最大的两份杂志《时代》、《新闻周刊》和一份报纸《纽约时报》均关注中国的发展,经常刊登有关中国的报道,并不时有中国专刊出版。有鉴于此,笔者在这些杂志和报刊上找到了许多带有中国特色词语英译实例,现举例分析如下(括号里的中文为笔者所加):

2. 英译实例

[1] Reciting phrases from Mao's "Red Book" has long since been replaced by shopping for laptop computers, Mini Coopers and other "ming pai" ("名牌") or famous brand-name consumer items. (*New York Times*, Oct. 6, 2009)

[2] To succeed, Mr. Ellis "became totally Chinese," becoming fluent in Mandarin and dutifully mastering *guanxi* ("关系"), or connections. (*New York Times*, Jan. 10, 2010)

[3] To refer to an unidentified person—the equivalent of "just anybody" in English—one Chinese saying can be loosely translated this way: "some Zhang, some Li" ("张三李四"). (*New York Times*, Apr. 21, 2009)

[4] *Nail house* ("钉子户"), the properties whose owners and occupants are like deeply embedded spikes that refuse to give way to

redevelopment juggernauts. (*New York Times*, Dec. 31, 2010)

[5] *Wealth does not last for more than three generations* ("富贵不过三代"). (*Time*, Sep. 24, 2010.)

[6] ... programs to retain and re-employ workers deprived of their "iron rice bowls", and it has only recently begun to thread together some semblance of safety net. (*Newsweek*, Mar. 16, 2010)

[7] ... *Iron Rooster, or birds so stingy they would not share a feather* ("铁公鸡一毛不拔"). (*Time*, Sep. 24, 2011)

[8] *Cross the river by feeling the stones* ("摸着石头过河"). (*Newsweek*, Mar. 3, 2008)

[9] When Deng Xiaoping, last of China's revolutionary-era leaders, finally went "to meet Marx" ("见马克思") after years of enfeeblement... (*Time*, Jan. 5, 1998)

[10] It also made him part of the Shanghai crowd, a network spread from China's biggest, browniest and most cosmopolitan city—the nation's self-styled "dragon head" ("龙头"). (*Newsweek*, Mar. 3, 2009)

[11] Still visible in the two-story courtyards of the defunct banks here are opium dens and *mah-jongg* ("麻将") tables... (*Time*, Mar. 3, 2009)

[12] She is bored and rich and he is young and handsome. *Yuan* ("缘") will bring them together. (*Time*, Mar. 19, 2001)

从以上例子可以看出,美国主流媒体在报道中国特有事物和现象时,往往采用音译加解释(例

[1]、[2])、按中文字面意义直译(例[5]-[10])、直译加注释(例[3]、[4])以及完全音译不加任何解释(例[11]、[12])的翻译方法,在语音或形式上尽可能地保留中国特色词汇中的中国文化色彩。那么这种翻译的传播效果如何呢?是否存在一定的遗憾和缺陷?不妨逐一加以分析:

2.1. 音译

例[1]和例[2]保留了“名牌”和“关系”的汉语拼音,其后的解释性翻译简明清晰,准确地传达了其在汉语中的意思。而例[11]仅给出“麻将”一词的汉语拼音而未作解释,读者的接受性就差了。尽管“麻将”一词的汉语拼音已经收入一些英语词典,但这个词对大多数外国读者说仍然是陌生的。例[12]中对“缘”同样没有给予解释,则更为不妥。如若对“mah-jongg”不理解,读者尚可在英语词典中查找解释,而 Yuan 则无从查找。一般英美读者对中国文化往往缺乏深入理解,译者又怎能期望读者仅凭上下文就能够体会到“缘”这个颇具禅味的中国特色词语的文化内涵呢?故应在其后加注(“predestined relationship; natural affinity among people”)(姚小平 2010:1743)。译界前辈段连城(1992:21)曾批评某中国译者,不知“盆景”如何译而用拼音“penjing”敷衍了事;丁衡祁(2002:46)谈到我国对外宣传中英语译文存在的问题时,也指出:“有时候所谓的译文只不过是把汉字写成拼音,这根本不算作翻译。”此处“缘”字翻译存在同样的问题。当然这种完全音译而没有任何补充解释的翻译实例在境外媒体中并不多见,一般仅限于一些已经被收入英语词典的音译汉语词汇,如 Taoism(道教)、mah-jongg(麻将)、kowtowing(磕头)、kung-fu(功夫)等。大多数采用音译的情况下,译者会在拼音后加上同位语作为解释,以便读者理解。在这种情况下,解释部分就显得很关键。

2.2. 直译

译者对“张三李四”(例[3])、“钉子户”(例[4])两个词语采取了直译加解释的方法,清楚地表达了其在汉语中的涵义。而对“富贵不过三代”(例[5])、“铁公鸡一毛不拔”(例[7])按汉语字面意思直译,译文不仅保留了中文意象,且英文含义清晰明了,无需解释也可为读者所理解和接受。相比较而言,将“铁饭碗”(例[6])直译成“iron rice bowl”且不加解释,则会让读者不知所云。这是因为中国人以稻米为主食,吃饭用碗盛,因此在汉语中“饭碗”可以有“职业”、“谋生手段”的联想含义,但英美人既不以稻米为主食,食物也少用碗盛,

“rice bowl”就不可能有太多的联想含义,故此处应给出解释性翻译,在其后加上(lifelong) secure job; lifelong employment(system)(张健 2001:469)。

例[8]中“摸着石头过河”是邓小平关于探索中国特色社会主义道路所说的一句政策名言,意指中国在摸索中前进,在实践中发展,将其译为“cross the river by feeling the stones”属于只管词语的字面意思,不管其特殊含义的翻译,应译为“feel one's way along inch by inch”(同上)。例[9]中的“to meet Marx”是从汉语“见马克思”直译过来的,在汉语中较诙谐,但联系上下文可以看出作者的言外之意:“邓小平是中国革命时期领导人中的最后一位,现在也终于去见马克思了。”笔者认为此译法中国人读起来有些巴不得共产主义快点退出历史舞台的意味,应改译作“pass away”。

例[10]将“龙头”直译成“dragon head”,可以想象,假如这样的译文出自中国人之手,肯定会被贴上“中式英语”或“全然不顾中外文化差异”的标签。由于英语中的“dragon”与“龙”在中文中的意象相去甚远,故而国内译者在翻译汉语中与龙相关的词汇习语时往往避免直译。如“望子成龙”一般译作“to hope that one's son will become somebody”;“亚洲四小龙”通常译为“four Asian tigers”。而“起到龙头作用”这种在中国新闻报道中经常出现的字眼,一般被意译为“to play a leading role”。像例[9]和例[10]这样用一个英文单词填补一个中文单词的“对号入座”式的翻译在《时代》、《新闻周刊》、《纽约时报》等媒体中还有很多,如将汉语中的“黑孩子”(超生没有户口的孩子)翻译成“black children, who are born in violation of China's one-child policy”。在英文中,“black children”的一般意思是“黑人孩子”,尽管后面加了解释,这个译法仍然欠妥。事实上,英文中早就有“off-the-book babies”的说法,译者舍弃不用另起炉灶译成标新立异的“black children”,致使语义出现歧义现象(王祥兵 2003:20),还有在翻译“针灸学”时,舍弃现成的“acupuncture”,而用“the prickly science”;将“龙眼树”译为“dragon's eye trees”,而在英语词典中已有它的音译“longan”一词。诸如此类的译文,“违背英语语言规律,如语法错误、修辞错误,不合习惯用语、语义逻辑问题等,从而可能导致译文走样”(张健,唐见端 1996:16)。

综上所述,《时代》、《新闻周刊》和《纽约时

报》在英译中国特色词语时,一般尽可能地保留其中国文化色彩,倾向采用“异化”策略以及直译、音译、直译加释义和音译加释义方法。这样的译文在纯正的英文中具有鲜明的异国情调,满足了西方读者对异域文化的好奇心。虽然这种译文某些时候既具有中国特色,又能为外国读者所接受,但更多的时候是意义走样,违背译入语的语法规则和文化取向,是典型的中式英语。

3. 美国主流媒体涉华报道中式英译的思考

首先,像“the prickly science”、“black children”、“dragon head”之类的中式英译一般出自英语水平不高或对翻译不甚娴熟的中国译者之手,不少翻译家对这种机械翻译所导致的中式英译提出过批评。段连成(1992:23)指出:“在地方对外宣传材料中,发现‘死译’、‘硬译’的现象仍然不少,原因或是译者水平较低,经验不足,认为‘对号’就是翻译;也可能是领导担心出错,误以为‘对号’才是准确的翻译。”沈苏儒(2004:67)指出:“‘对号入座式’的翻译不是翻译,仅把中文改成外文而不去考虑是否向译语受众正确地、充分地、完满地传达了原意,根本不可能认为已完成了翻译的任务。”

其次,美国主流媒体中文词汇翻译策略和我国国内英文期刊对外报道采用翻译策略不同。上文提到,美国主流媒体中文词汇的翻译策略具有明显的异化倾向,即翻译中保留原文的语言和文化特色,而国内译界在对外报道中往往偏向归化策略,始终牢记“从读者对象出发”;要考虑文化差异问题,照顾到别国的国情、民心及价值标准,力求给外国受众提供易于接受的译文,从而提高传播效果。具体来说,国内媒体在英译中国特色词语时,如果“形”、“义”无法兼顾,往往弃“形”而取“义”故才会有“four Asian Tigers”,“to hope that one’s son will become somebody”这样的译文;而美国主流媒体恰恰相反:倘若“形”、“义”无法兼顾,往往不惜牺牲译文的可读性和可接受性,弃“义”取“形”,故才会有“black children”,“dragon’s eye”,“the prickly science”之类的翻译。张健在《报刊语言翻译》(2008:100)也举过一个很有说服力例子。如何英译“‘豆腐渣’工程”,他认为汉语中的“豆腐渣”与英文中的“jerrybuilt”在语意上相契合,故可译为“jerrybuilt project”,两者异曲同工,而《美国先驱论坛报》却保留了其中文形象,把“‘豆腐渣’工程”地译为“bean curd projects, so named because they fall apart easily”。

4. 美国主流媒体涉华报道“显异策略”原因分析

翻译理论家韦努蒂(Venuti Lawrence)提出异化与归化式翻译。他在 *Strategy of Translation* (2001:41)中指出异化翻译的跨文化价值:“语言文化是一个开放系统,具有较强的包容和吸收能力。故异化翻译可丰富译语的表达形式,注入异域文化,使读者感到异国情调,增进文化间的了解。阻抗式异化翻译可保留原文的语言和文化差异,译出有陌生感和疏远感的文体,保留出发语言的文化色彩,给译文读者别样的阅读体验,再现原文特有的文化思想和艺术特色。异化翻译是促进成功的跨文化沟通的桥梁,丰富传统语言的表达方式,促进语言的接近和交流,增强民族语言的生命力,特别在处理原文中带有明显文化特征的因素时必然带来一些不同于母语的新的表达方式。恰恰这些新的表达方式蕴含着该民族的文化内涵”。由此可见韦努蒂阻抗式异化翻译对于反对文化霸权,保存文化差异,促进文化多元化,丰富译语读者的阅读经验拓展其文化视野和知识面等有积极意义。在美国这样一个多元文化并存的国度,其主流媒体涉华报道中采用异化翻译策略,某种程度上促进了中西文化的沟通和交流,反映了对文化霸权的对抗意识。此外,韦努蒂还提出了一对与异化和归化紧密相连的概念:“强势文化”和“弱势文化”。他认为翻译的本质被看作是一种文化交流,在任何形式的文化交流中,文化之间的参与都是不平等的,政治经济的不平等造成文化上的不平等。在交流过程中,“强势文化”由于比较自信,往往轻视“弱势文化”,所以也就不可能接受外语文本中有别于自己文化价值观的成分,因而翻译时更多采用归化策略。这一理论与《时代》、《新闻周刊》和《纽约时报》采用的翻译策略显然是背道而驰。作为世界上唯一超级大国的美国在与中国这个发展中国家的交往中,客观上处于强势文化的地位;然而美国主流媒体在翻译中国特色词汇时反而采取了异化策略,甚至不惜牺牲译文的可读性,不惜违背英语语法规则和价值取向,它们这样做的原因何在呢?笔者认为有以下原因:

其一,美国主流媒体翻译策略的不同可从目标读者定位的差异来解释:美国《时代》、《新闻周刊》、《纽约时报》等有关中国报道的目标语读者群不仅有英美人士,也包括懂英文的中国读者。从其翻译方法和策略看,似乎更多考虑了懂英文的中国读者受众(包括在海外留学的中国人和国内

具有较高学识和较高英语水平的人)。我国国内英文媒体以对外宣传为目的,以国外读者为主要目标群体,因而较多考虑译文在英文中的可读性和可接受性,所以对“读者”的定位不同导致翻译策略的不同。为何美媒更多地为中国读者考虑是因为“让中国读者在阅读其有关中国的报道时产生一种‘认同感’和‘亲切感’,拉近与中国读者之间的心理距离,增加其灌输的西方价值观和意识形态对中国读者潜移默化的影响”(王祥兵 2003: 21)。例如: The crowd put a dunce cap on the victim and herded him through the streets, calling him aizi-dwarf-and dog's head, cattle demon, despot, capitalist-roader. (*Time*, Dec. 9, 1996.) 这里作者没有直接把“矮子”译成“dwarf”而是先用汉语拼音保留汉语文化形象,再附上解释性英文。中国读者通过读音马上想到对应的汉语词“矮子”从而充分体会到蕴含在“aizi”这个拼音里的嘲讽和侮辱味道,这一点不深谙汉语的其他国家读者是体会不到的,尽管他们通过解释知道它的字面意义,却不能像中国读者一样感受到丰富的联想意义,这样译无形中拉近了与中国读者的心理距离。采用这种方式来翻译蕴含着丰富中国文化特色的词汇在《时代》关于中国的报道比比皆是:“pizi”与“riffraff”(痞子)、“shiganjia”与“doer”(实干家)、“dazibao”与“political posters”(大字报)、“yaotouwan”与“ecstasy”或“MDMA”(摇头丸)、“Beida”与“Peking University”(北大)等。

其二,从新闻报道的写作手法上来看,美国媒体的一大语言特点就是措辞大胆,追求标新立异,为此,撰稿人常常根据新闻主题,上下文语境在涉华报道中按拼音形式或按中文形式直译,创造出不伦不类的英语译文,也就可以理解了。这样做无非是用“与众不同”来吸引读者,同时在一定程度上满足了西方读者对遥远神秘的“东方古国”的猎奇心理(朱天文 2003:34)。

其三,中国特有事物和概念的翻译是翻译实践中的一个难题,译者往往需要花费大量的时间和精力才能推敲出一个可行的译文。随便翻阅国内几个影响较大的翻译期刊,就可发现这是国内译界关注的话题之一。因为这些特色词汇往往承载着丰富的中国文化内涵,其英译的好坏常常关乎中国在世界舞台上的形象。美媒对中国的报道不像中国的对外宣传那样承担着促进中国以积极的形象走向世界的使命,相反,它们中的不少有关中国的报道有妖魔化中国的倾向。对于某些并不适合采用直译的词语它们采取的按中文字面形式

逐字翻译的翻译法事实上是将翻译机械化和简单化的做法,这样大大节省了其揣摩译文所需花费的时间,那些违背英语的文法规则和价值取向或者让西方读者不知所云的译文,从某种意义上来说,也反映出某些美国记者在涉华报道上的一种漫不经心、不负责任的态度。比如将中国的“对外开放政策”译为“the open-door policy”,“中国恢复对香港行使主权”译为“China's takeover of the British colony”,这些都表现出美国媒体对中国的政治倾向不甚友好,在对华报道中不甚负责的态度。

最后,美国新闻报道的修辞风格,也是影响美国主流媒体对中国特色词汇处理策略的重要因素。首先,新闻报道常常使用直接引语或间接引语,以增强报道的真实性。因此以引语形式出现的中国特色词汇往往也以完全直译或完全音译等异化手段译出,而且能显示作者的专业性和对中国事物的精通。其次,美国新闻报道中偏爱使用外来词,也是美媒涉华报道中常用音译方式处理中国特色词汇的原因之一。

5. 美国主流媒体涉华报道“显异策略”的思考

每个国家的对外传播都带有目的性,都是为了本国的国家利益服务的。为了实现本国的国家利益,对外传播的目的性表现出鲜明的政治性,即都要达到某种政治目的。例如,美媒在报道中称“法轮功”为 spiritual movement,为“法轮功”贴上了一个所谓的“精神运动”的正面标签,而中国媒体则选用浓厚否定色彩的“邪教”(evil cult)一词,旗帜鲜明地揭露“法轮功”的邪恶本质。美国传播学家库尔特·卢因(Kurt Lewin)提出了“把关人”的概念,以说明传播者在新闻传播中的控制作用。对外传播翻译对措辞的选用也是一种政治把关行为。译者必须在翻译时选择利己的措辞来维护国家利益。如美媒在新闻报道中常称陈水扁为 former Taiwanese “president”(台湾前“总统”),大陆和台湾的关系为 bilateral ties(双边关系),其目的就是要维护美国在台湾的利益。我国的外宣报道与翻译不应照搬美国媒体鼓动分裂的言辞,否则就会站错位置,损害国家利益。因此,我国的英语媒体称陈水扁为 Taiwan's former leader(台湾地区原领导人),大陆和台湾的关系为 cross-strait relations(两岸关系)。“台湾地区原领导人”的隐含意义即台湾是中国的一个省,陈水扁只是一个省的领导人,而不是国家的总统。大陆和台湾的关系是“两岸关系”,而非国与国之间的关系。这种措辞体现了我国政府坚决捍卫一个中国的原则,维护了中国领土的完整。再如,美媒在涉华报

道中对“和谐社会”的诠释：“For several years Hu and Wen Jiabao have extolled ‘a harmonious society’—namely, one not roiled by conflicts between haves and have-nots.” 它们对“和谐社会”采用了直译加解释。但是，所谓“和谐社会”就是指构成社会的各个部分、各个要素处于一种相互协调的状态。按照这样的标准来衡量，所谓“社会主义的和谐社会”应当是各方面利益关系得到了有效的协调、社会管理体制得到不断创新和健全、稳定有序的社会。具体地说，就是一种民主法治、公平正义、诚信友爱、充满活力、安定有序、人与自然和谐相处的社会^①。而美媒报道中的解释部分若加以回译则成为“不会因贫富矛盾而动荡不安的社会”，这样的解释过于简单化和片面化。因此我国的外宣媒体在译介“在构建和谐社会”这一概念时，有必要多花一些笔墨，尽可能译出其内涵：“To build a harmonious society, a blueprint for social development featuring decent living standards for the majority of people, a tolerant society and peaceful coexistence between the human society and nature.”^②这样的诠释虽非尽善尽美，但至少在一定程度上体现了“和谐社会”的核心内容，有利于形成为我所利的国际舆论环境。

此外，美媒还经常应用混淆整体和部分的方法来分化中国。《纽约时报》上有一篇介绍中国香港报道曾这样写道：Hong Kong is Asia’s busiest transportation hub and the gateway to China (June, 6, 2005, *New York Times*)，在这句话里，香港俨然成了一个与中国并列的主体。即香港完全独立于中国之外，无形中传递了香港不属于中国的隐含信息，给受众带来负面联想。故在翻译此类报刊信息时一定要把句中的 China 改成 China’s mainland 或 Chinese mainland，以维护祖国领土的完整。对外报道从业人员，包括记者、编辑和翻译，必须站稳立场，熟悉我方的政策意图，了解所报道或所翻译新闻事件的背景、历史和来龙去脉。稍一疏忽，译文将“失之毫厘，差以千里”。

6. 结语

综上所述，我们发现美国主流媒体在翻译中国特色词汇，不管是音译、音译加解释、直译还是直译加解释都表现出明显的异化倾向。对于这种异化策略，我们应该用一分为二的观点来看待。一方面，一些原本在英语中空缺的汉语词汇，因为在新闻报道中经常出现而逐渐融入了英语之中，如：“功夫”、“阴阳”、“道教”、“磕头”等词的拼音形式已被收入部分英语词典。这些词汇既传播了中

国文化，又丰富了英语词汇。另一方面，有些译文逐字死译，违背了译入语的语法规则和价值取向，异化过度，时时造成译文意义走样或不知所云，有时甚至影响到整个中国的国际形象。这正反两方面的经验值得我国的对外宣传工作者思考和借鉴。一般而言，对文化特色词汇采用逐字直译或音译策略，译文的接受性并不一定理想；相反，翻译加解释的合理配合不仅能使读者理解接受，且保留了原语的文化意味。“译补结合”的翻译策略，在我国的外宣翻译领域值得提倡。越是中国风味浓郁的事物或概念，越适合用这种策略。在外宣翻译的具体实践中，我们应该进行合理布局，将补充成分自然地融入译文，既显明词义，又保留“新奇感”，使外国受众喜闻乐见。

注释：

- ① 参阅 2005 年 3 月 9 日的《环球时报》对“社会主义和谐社会”的解释。
② 参阅 http://www.chinadaily.com.cn/language_tips/news/2008-10/22/content_7130933.htm 的英译。

参考文献：

- [1] Lawrence, Venuti. 1995. *The Translator’s Invisibility: A History of Translation* [M]. London: Routledge.
[2] Lawrence, Venuti. 2001. *Strategy of Translation* [M]. London: Routledge.
[3] 丁衡祁. 2002. 对外宣传中的英语质量亟待提高[J]. 中国翻译(6): 46.
[4] 段连城. 1992. 呼吁：请译界同仁都来关心对外宣传[C]//中译英技巧文集. 北京：中国对外翻译公司：21-23.
[5] 刘艳丽，杨自俭. 2002. 也谈“归化”与“异化”[J]. 中国翻译(6): 22-26.
[6] 沈苏儒. 2004. 关于中译英对外译品的质量问题[C]//中译英技巧文集. 北京：中国对外翻译出版公司：67.
[7] 王祥兵. 2003. 论《时代》周刊中国报道文章对汉语文化词语的翻译[J]. 上海科技翻译(2): 19-22.
[8] 姚小平. 2010. 汉英词典(第三版)[Z]. 北京：外语教育与研究出版社.
[9] 张健. 2001. 报刊新词英译词典[Z]. 上海：上海科技出版社.
[10] 张健，唐见端. 1996. 略谈汉语新词新义的英译[J]. 中国翻译(4): 15-17.
[11] 张健. 2008. 报刊语言翻译[M]. 北京：高等教育出版社.
[12] 朱天文. 2003. 美国新闻期刊中汉英翻译采用的策略和方法[J]. 上海科技翻译(3): 33-35.

收稿日期：2013-08-12

作者简介：余秋平，双硕士，讲师。研究方向：跨文化研究，英语翻译教学研究。

(责任编辑：杨淑华)