

从全译之“化”看变译之“变”^{*}

余承法

(中南民族大学, 武汉 430074)

提 要: 基于保健品广告的英文全译和变译对比, 将哲学中的“变”、“化”范畴纳入译学领域, 从规律、目的、矛盾、方法、单位、价值等方面, 由全译之“化”反观变译之“变”, 以加深对变译本质的认识。

关键词: 全译; 化; 变译; 变; 本质

中图分类号: H059

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2014)01-0099-5

Elaborating “Accommodation” as the Essence of Translation Variation from the Perspective of “Sublimation” as the Essence of Complete Translation

Yu Cheng-fa

(South-Central University for Nationalities, Wuhan 430074, China)

Applying a pair of philosophical categories to translation studies, the author of this paper elaborates “accommodation” as the essence of translation variation from the perspective of “sublimation” as the essence of complete translation in terms of translation rule, purpose, contradiction, method, unit and value based upon contrasting two different English versions of a Chinese-health-product advertisement so as to deepen our understanding of the nature of translation variation.

Key words: complete translation; sublimation; translation variation; accommodation; essence

1 引言

全译与变译作为新立的翻译范畴, 经历了概念的厘定、对偶范畴的确立、方法论的探究、翻译变化观的形成4个阶段。译学界对变译研究, 从最初排斥到随后质疑, 从逐渐接受到广泛探讨再到冷静反思, 经历了从感性到理性, 从理性到感性, 再从感性回归到理性的认识过程。周领顺(2012)考察变译的名与实, 对翻译、全译和变译的定义及相互关系提出了一些独到见解, 也有值得商榷之处。这既是对变译研究的最好推进, 也是引发笔者思考的契机。他认为黄忠廉等关于全译、变译的定义有待完善, 但总体上不影响我们认识其本质属性, 今暂且沿用。“全译, 指人或机器将甲语文化信息转化为乙语以求风格极似的思维活动和语际活动”; “变译, 指人或机器根据特定条件下特定读者的特殊需要, 采用变通手段摄取

原作有关内容的思维活动和语际活动”(黄忠廉等2009: 3)。转换是全译的核心, 转移原文内容, 更换原文形式, 化解语际内容与形式之间的矛盾, 以化求得译文与原文最大限度的“似”, “化”是全译转换的精髓; 摄取是变译的核心, 改变原文的内容、形式乃至风格, 以期满足特定读者的特殊需求, “变”是摄取的精髓。基于此, 本文以广告的全译和变译为例(均为笔者试译), 以全译之“化”为背景加深认识变译之“变”, 以期廓清周领顺(2012)认为变译研究存在的“一些模糊不清的认识”。

国氏全营养素

科学减肥新概念

(1) “国氏全营养素”把调节脂肪代谢, 补充全面营养的独到理论应用于控制体重, 以便达到

^{*} 本文系国家社科基金后期资助项目“基于语料库的化境研究”(13FYY008)、湖北省教育厅人文社会科学研究项目“基于语料库的全译求化机制研究”(2012G458)和中南民族大学中央高校基本科研业务费专项资金项目“全译求化系统研究”(ZSY10016)的阶段性成果。

拥有苗条身材,保持充沛精力的目的。(2) 相信曾为肥胖困扰烦恼的你,因为服用了全新口味的“国氏全营养素”,不久也能体态轻盈,充满活力。

(3) “国氏全营养素”是著名营养学家国敏元教授从中国传统调养理论出发,针对多数肥胖者的基本成因,以调节体内营养平衡,改变脂肪代谢为目的,精选配置的富含蛋白质、维生素、多种氨基酸及微量元素的全天然、全营养保健品,充分调

动体内多种酶的活性,迅速分解体内多余脂肪,使体态恢复健康苗条。(4) 国氏理论以其科学性、实效性为减肥领域开创了一条新路,“国氏全营养素”被中国女子体操队指定为控制体重营养品。(5) 减肥的同时,轻松愉快,精力充沛,体重正常之后,不会轻易反弹。(6) 所以,更多的体操运动员,都钟情于“国氏全营养素”。(359 字)

<p style="text-align: center;">Guo's All-nutrient Slimming Extract A New, Scientific Concept of Weight Control</p> <p>(1) Guo's All-nutrient Slimming Extract applies the original theory of regulating fat metabolism and supplementing all nutrients to the control of body weight so as to help maintain a slim figure and plenty of vitality. (2) It is believed that you, once plagued by obesity, will soon have a supple and vigorous body by taking this brand new weight-control product.</p> <p>(3) Guo's is a completely natural, all-nutrient product rich in various nutrients such as proteins, vitamins, amino acids and trace elements, manufactured by Prof. Guo Minyuan, the famous nutritionist, who, basing on the traditional Chinese Recuperation Theory and the major causes of most obesity, aims at regulating the nutrient balance of human body and altering fatty metabolism. (4) The product can help regain a slim and healthy figure by effectively regulating polyenzyme activity inside the body and quickly decomposing the excess fat. (5) Guo's theory has initiated a new way for weight loss with its scientificity and effectiveness, so Guo's All-nutrient Slimming Extract has been selected as the authorized nutritious weight-control product for the Chinese Women's Gymnastic Team. (6) While losing weight, you may feel relaxed, pleasant and energetic, and furthermore, you will not regain lost weight. (7) Therefore, more gymnasts are fond of taking Guo's All-nutrient Slimming Extract. (全译 213 words)</p>	<p style="text-align: center;">Guo's All-nutrient Slimming Extract</p> <p>(1) Thinking about losing weight? (2) Dreaming of keeping slim and fit? (3) All you need is Guo's All-nutrient Slimming Extract.</p> <p>(4) Guo's is a 100% natural product rich in various well-balanced nutrients, such as proteins, vitamins, amino acids and trace elements.</p> <p>(5) Want to lose weight without losing vitality? (6) Take Guo's. (7) It regulates your fat metabolism and decomposes the surplus fat.</p> <p>(8) No sufferings. (9) No side-effects. (10) No weight regains.</p> <p>(11) Guo's has been selected as the authorized nutritious weight-control product for the Chinese Women's Gymnastics Team. (12) It is a new, scientific concept of keeping fit and slim.</p> <p>(13) Why hesitate? (14) Taking is believing! (变译 99 words)</p>
---	---

2 “化”与“变”的区分

2.1 “化”遵循量变规律,“变”遵循质变规律

化、变作为中国哲学发展史中较早出现的范畴,经历了从单一概念向对偶范畴演变的历史进程,其内涵逐渐与量变、质变的内涵相接近,与译学范畴中全译、变译的实质相吻合,反映了全译的量变规律和变译的质变规律。

《荀子·正名》指出“化”即“状变而实无别而为异者”张载认为“化,言其渐”朱熹提出的“渐化”概念即量变,是指事物数量的变化,表现为数量的增减和场所的变动,是一种微小的、不显著的变化,是事物在度的范围内的延续和渐进(张立文 1988: 424)。钱钟书(2002: 77)曾对“化”作过精辟论述“把作品从一国文字转变成另一国文字,既能不因语文习惯的差异而露出生

硬牵强的痕迹,又能完全保存原作的风味”,即去痕存味。“去痕”是指译者不知不觉地化解双语内容和形式之间的矛盾,渐渐消磨其间语言形式的差异,使原作发生不显著、无痕迹的渐化“存味”是指译作在相似度的范围内保留原作内容,尽量追求内容和形式的高度统一,确保译作成为原作的“投胎转世”。在这一量变过程中,“事物数量的增减”表现为原作中语素、词、短语等语言单位的增减,如例中全译减去原文句(1)中的“达到”和“目的”,增加原文句(5)中隐含的代词 you 和关联词 and furthermore,“场所的变动”表现为原作中语言单位在译作中的移位、切分、合并和重组等情况,如例中全译将原文句(1)中“独到理论”的前置定语进行后移等。这些微调只涉及对原文形式的改变,不影响其意义的准确传达,没有

超过原作的度的范围,是一种形变而实不异的渐化结果。

“变”是指一事物转化为性质不同的另一事物,张载指出“变,言其著”,朱熹提出的“顿变”概念即质变,是区别于他物的、事物内部固有规定性的变化,表现为根本性的、显著的突变(张立文 1988: 424)。译作一旦有意不忠实于原作内容,就会发生根本性的变化,成为原作在渐化过程中的截取,正所谓“化而裁之谓之变”(《周易·系辞上传》)。正如“度”是体现事物质量和量对立统一的限度,相似度是区分全译和变译的临界点,在临界点的左端是全译,右端是变译,二者不仅存在表面上的差异,体现在信息的“量”上,更存在本质差异,体现在信息的“质”上,因此从全译到变译形成一个从量变到质变的关系。发生质变的内容虽然“摆脱了原文的限制”,但还是以原作为参照,并没有置原文于不顾。无论“相似度”突破到什么程度,临界点移到什么位置,它仍然是从全译到变译所形成的翻译连续统上的点,仍然属于“译”而不是“非译”的范围。这个连续统应视为一条线段,有起点和终点,即周领顺(2012)认为的“从‘译’到‘创’的过程”或区间,全译和变译是被临界点分开的更短的两条线段,但比喻为“圆心”和“圆周”似有不妥(该比喻跟周文提到的“译文连续统”是自相矛盾)。例中的变译之“变”主要表现在:(1)内容上大变:译者增添了英语消费者关注的信息如 without any sufferings 和 side-effects 等,删减了他们不感兴趣的内容,如“著名营养学家国敏元教授”等,以及一些冗余信息如“国氏全营营养素”等,改换了原文的相关信息如句6,代之以 Why hesitate 和 Taking is believing,因而译作跟原作和而不同;(2)结构上大变:原文的2个段落变成6个,复句变成单句或非完整句,长句变为短句,这些结构的调整也导致风格的改变,书面体被口语体代替;(3)数量上大变:通过译者采取摘取、压缩、合并或添写等变通手段,变译在数量上明显少于原文和全译(原文359字,全译213词,变译99词),信息从原作到译作由量的改变引发质的飞跃。

2.2 “化”旨在忠实原文,“变”旨在服务读者

根据翻译目的论,“翻译是为实现特定目的而进行的一种复杂活动”(Nord 2001: 13),全译和变译的分野最终是为了实现不同的翻译目的。全译求“化”是为了忠实原文,力求保存原作的信息内容和宏观形式,化解微观形式的差异。当然,求“化”也是为了满足译文读者的需求,但毕竟这是

退而求其次的目的。例中全译在内容上完整地再现了原文中的产品信息,包括名称、性质、产家、原理、功效等,在篇章布局和段落安排上跟原文几乎如出一辙,只是在局部做了微调,如将原文句(3)切分为译文句(3)、(4),个别句子的语序稍作改变。

变译求“变”是为了满足特定条件下特定读者的特殊需求(简称“三特”)。首先,特定读者是变译的原动力。近年来,“读者中心论”在全译中盛行,在变译中得到极度彰显。例中变译译者考虑到中英消费者不同的欣赏习惯和审美情趣,突出“您”(You)的存在,强化广告的情感传递功能,激发潜在顾客的购买欲望。其次,特定条件是变译的外在因素。原语文化信息要在译语中生存下去,就必须适应新环境,Verschueren(2000)的“语言顺应论”和胡庚申(2004)的“翻译适应选择论”为变译提供了理据。译者可根据不同的传播媒介确定译文的形式和风格,如例中变译属于口语体,用于广播、电视、网络的音频或视频资料,译者也可创造用作包装说明书的书面变译。再次,特殊需求是变译的试金石。变译是否为读者接受,最终必须接受现实需求的检验,读者的分层和多元决定了对译文需求的动态多变,译者必须将原作视作一种信息来源,汲取并改造合理的、满足读者特殊需求的成分,并根据读者的需求反应重新审视和修改译作。例中变译保留了英语消费者关注的主要信息,删除了他们不感兴趣或难以理解的次要信息,并增加了相关新信息,以满足他们的身心健康需求。

2.3 “化”解决言意矛盾,“变”解决供需矛盾

“在不同的翻译观念的支配下,人们对翻译矛盾的认识和处理方式也会有异”(许钧 2003: 260)。根据全译观,“化”所要解决的是同一语义内容与不同语言中表达形式之间的矛盾,即一意多言式矛盾。“一意”是指原作者所表达的思想内容是确定不变的,译者不能有丝毫的误读、误译,“多言”是指同一思想内容在不同语言中有不同的表达形式,同一译者用同一译语表达时也可能采取不同的言语形式。例中的全译译者只聚焦于英译广告的词语选择、单位转换、语序调整、句子分合等微观形式的变更,而没有调整原文的宏观结构。因此,周领顺(2012)中“全译可分为宏观和微观两个角度来看,但主要是宏观上的”这一观点难以令人信服。

根据变译观,“变”所要解决的是原作与译语中特定情况下特殊读者的特殊需求之间的矛盾,是一本多需(译)式矛盾。“一本”即是原作,“多

需”即不同读者的不同需求,由此产生的“多译”在内容、形式甚至风格上既跟原文相异,彼此之间也存在较大不同。这种供需矛盾既包括共时矛盾(原作与同时期不同译语读者需求之间的矛盾)和历时矛盾(原作与不同时期不同译语读者需求之间的矛盾),也包括同体矛盾(原作与译语读者需求在同一载体即同一语篇之间的矛盾)和异体矛盾(原作与译语读者需求在不同载体即不同语篇之间的矛盾)。要解决这些矛盾,不能像全译那样简单地改变微观的语言形式,而要从宏观上进行大改大调,还需要处理文化背景的差异、考虑译文的预期功能、汲取原语内容并由译语内容决定译语形式。“变”需要解决的是宏观的文化层面的大矛盾,尽管也包含“化”需要解决的微观的语言层面的小矛盾,但微观包含于宏观,小矛盾寓于大矛盾之中,因此变译也不可能并重宏微两个层面。例中变译译者正是抓住了大矛盾,坚持委屈原文、求全读者的原则,汲取了英语消费者关注的信息重心,大幅调整了原文的篇章布局,重组了其句子结构,使得译文的预期功能更突出,效果更优化,传播速度更快,从而更有效地解决了供需矛盾。

2.4 求“化”7法以小句为中枢单位,求“变”12法以句群为中枢单位

为解决翻译矛盾,译者必须有效运用各种策略和方法。全译力求忠实地传达原作内容,兼顾原作形式,包括直译和意译两种求“化”策略,衍生对译、增译、减译、转译、换译、分译和合译7种求“化”方法,在例中都有运用:标题和句(6)(原文序号,下同)为对译;句(4)、(5)为增译;句(1)、(2)、(3)为减译;口号、句(1)、(2)、(3)、(4)为转译;句(3)为转译和分译;句(5)为合译。全译求“化”的基本单位包括词、短语、小句、复句、句群,小句为中枢单位,这是因为:词的翻译受控于小句,短语翻译从属于句,复句翻译依赖于小句,句群翻译寄托于小句(黄忠廉 2008: 22-27),而且译语小句都可与原语的词、短语、小句、复句和句群互换。原文句(2)中的“相信”一词转换为译文小句 *it is believed* 等,句(6)与译文句(7)直接对应转换,复句(1)浓缩为译文小句,复句(3)分化为译文句群,复句(4)、(5)转换成译文并列句,等等,都是以小句为轴心展开,这表明小句在全译转换中最自由、最灵活,负载的功能也最多。

“变”要解决供需矛盾,运用增、减、编、述、缩、并、改、仿8种变通策略,可构成12种求“变”方法:摘译、编译、译述、缩译、综述、述评、译评、译写、改译、阐译、参译、仿作。“变通”不应借辞书

释义“作非原则性的变动”,也不应与全译之意译混淆,而应有其特定内涵,即“变通是为了满足特定条件下特定读者的特殊需求而对原作较大的灵活变动的行为”(黄忠廉等 2009: 98)。“变”之增、减不同于“化”之增、减:前者同时增减内容和形式,引起质变;后者只增减形式不增减内容,只引起量变。如上所述,解决供需矛盾也包括解决语言意矛盾,所有“变”法可能需要用到“化”法,反之并不然。就翻译方法而言,全译、变译之间的关系是“变”中有“全”,“全”中无“变”,并非有人(徐朝友 2006;周领顺 2012)主张的“你中有我,我中有你”,二者虽在临界点上存在模糊地带,但总体上区分明显。例中变译主要用了缩译和编译,也用了其他的变、化方法:摘译,如译文句(3)摘取原文的词(也对译保健品名称),句(4)、(7)、(11)分别摘取原文句(3)、(4)的部分内容(也用了转译),句(12)摘取原文口号,兼用译评;译评,如句(8)至(10);译写,如句(13);改译,如句(1)、(2)、(5)、(6);仿作,如句(3)、(14)分别仿英语广告词 *All you need is Bayer Aspirin* 和谚语 *Seeing is believing* 而译。

变译求“变”的语言单位包括词、短语、小句、复句、句群、段落、篇/章、书等,最小的求“变”单位是词,如阐释某个词的含义,与通常认为的求“化”单位不同,最大的求“变”单位是书,如以故事梗概缩译一部畅销小说,与求“化”的最大单位不同。句群是求“变”的中枢单位,因为它所包含的变译单位较多,在所有单位中处于中心联络位置,并对其它变译单位具有控制约束作用。例中原文由两个句群或段落构成,产品的性质、产家、原理、成分、功能等融于第二句群,符合汉语行文习惯。变译将语篇调整为6个句群或段落,原文第一个句群分解为译文的一个句群和一个小句,原文第二个句群分解为译文的3个句群,并增加了一个新句群。原文句群变一为多,变长为短,是为了遵循英语广告“一个段落(句群),一个主题”的行文要求,使得变译广告层次清晰、主题鲜明。

2.5 “化”重在输入原作的价值和使用价值,“变”重在凸显原作的使用价值

原作的价值是作者凝结在作品创作中的无差别的劳动,其使用价值是指作品能够满足读者阅读和使用的属性。译作的使用价值是指译作能够满足译语读者阅读和使用的属性。

“化”旨在忠实传递原作内容,求得译作与原作的极似,全译文的最终社会效应是输入原作的价值和使用价值,输入是原原本本的,不折不扣

的,能够帮助译文读者获得与原文读者相同的感受,满足相同的需求。例中全译尽力再现原文内容,力保结构不受损益。

“变”旨在满足特定条件下特定读者的特殊需求,变译文的社会效应就是摄取原作的价值,凸显其使用价值。摄取意味着选择、消化、吸收和改易,使原作价值在很大程度上取决于译文读者的接受意识和审美需求,而成为一种变量,其因为“读者对译作的评价是如何地不以专业批评的意志为转移而直接影响译作实现其价值”(杨晓荣 2005:46)。凡有助于实现“三特”目标,译者就容易作出选择和变通,就容易凸显原作的使用价值;反之,即使原作价值连城,若与目标实现无关,也会被认定为毫无“价值”。例中的广告原文侧重于产品介绍和宣传,其潜在的使用价值蕴涵于吸引顾客的眼球之中,而变译基于消费者而不是企业本身,侧重于顾客的精神需要而非单纯的生理需要(即 keep fit and slim,对 fit 的追求优先于 slim),其使用价值在冲击消费者的耳膜中得以凸显,在他们强烈的共鸣中得到深度开发。

3 结束语

由全译之“化”反观变译之“变”,加深了对变译、全译和翻译本质的认识:分而观之,“变”是变译的本质属性,是译者运用增、减、编、述、缩、并、改、仿 8 种策略变通原作内容和形式以满足特定条件下特定读者的特殊需求并凸显其使用价值的行为,“化”是全译的本质属性,是译者采用对译、增译、减译、转译、换译、分译、合译 7 种方法化解

语际内容与形式的矛盾,消除译痕、保存风味、再现原作价值的行为;合而观之,变化是翻译的本质属性。

参考文献

- 胡庚申. 翻译适应选择论[M]. 武汉:湖北教育出版社, 2004.
- 黄忠廉. 小句中枢全译说[M]. 武汉:华中师范大学出版社, 2008.
- 黄忠廉. 翻译“变”“化”观[J]. 外语学刊, 2010(6).
- 黄忠廉等. 翻译方法论[M]. 北京:中国社会科学出版社, 2009.
- 钱钟书. 七缀集[M]. 北京:生活·读书·新知三联书店, 2002.
- 徐朝友. 《变译理论》的两大问题——与黄忠廉文商榷[J]. 外语研究, 2006(4).
- 许钧. 翻译论[M]. 武汉:湖北教育出版社, 2003.
- 杨晓荣. 翻译批评导论[M]. 北京:中国对外翻译出版公司, 2005.
- 张立文. 中国哲学范畴发展史(天道篇)[M]. 北京:中国人民大学出版社, 1988.
- 周领顺. “变译”之名与实——译者行为研究(其九)[J]. 外语研究, 2012(1).
- Nord, C. *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained* [M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
- Verschueren, J. *Understanding Pragmatics* [M]. Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 2000.

收稿日期:2012-07-21

【责任编辑 谢群】