

奈达翻译理论研究现状、问题与实践意义

杨妙岚

(沈阳师范大学 辽宁省沈阳市 110000)

摘要: 本文比较全面、系统、深入地整理了相关的相关理论资料, 先是回顾了有关该理论概念性研究的两大基点, 又分析了该理论在应用中存在的问题, 最后分析了该理论如何指导论文写作, 特别是翻译实践报告。³

关键词: 奈达; 翻译理论; 问题; 实践意义

Current situation, problems and practical significance of Nida's translation theory

Yang Miaolan

(Shenyang Normal University, Shenyang, Liaoning 110000)

Abstract: This paper comprehensively, systematically and thoroughly collates relevant theoretical materials. First, it reviews the two basic points of conceptual research on the theory, analyzes the problems in the application of the theory, and finally analyzes how the theory guides thesis writing, especially translation practice reports.

Key words: Nida; Translation theory; Problems; Practical significance

1 引言

奈达的名号, 在我们的译界乃至语言界都是耳熟能详的。较之当代其他外来翻译思想, 奈达的翻译观也似乎更为国内译界所知晓。但是, 在中国的对外文化交往日益广泛的今天, 国内译者们对于奈达的翻译思想的认识和态度在不断地加深和调整。通过对国内外有关奈达翻译理论的研究, 可以看出, 国内关于奈达的翻译理论存在着一种不平衡的现象。奈达学说也经过了从“完全崇拜”到“批判”到“客观”的转变。只有抛弃传统的“拿来主义”, 以“中国化”为基础, 才能使我们的译学得到创新与发展。

2 奈达翻译理论研究现状

查阅有关资料, 发现最早向国人介绍奈达的是郑南渡, 邓先生的《奈达》在 1972 年第二期发表于《当代语言学》期刊第二期。林书武是我国引进奈达翻译理论的最早者, 他于 1981 年《国外语言学》期刊第二期出版《奈达的翻译理论简介》, 开创了奈达翻译领域的先河。

对奈达翻译理论的主要研究, 可以概括为两大类: (1) 对功能对等理论本身的研究 (2) 对功能对等理论在翻译应用层面的研究。

2.1 对奈达翻译理论本身的研究

奈达的翻译理论研究从两个方面展开: 一是功能对等论; 二是读者反映理论。

2.1.1 对功能对等理论的研究

首先, 国内对奈达功能对等理论的研究成果颇丰, 许多学者开始引进国外的翻译论著进行学习研究。以谭载喜教授影响最巨大。后来随着国内学者对奈达翻译理论的研究和探索, 杨司桂、朱浩彤为代表的越来越多的学者曾发文解释和探讨功能对等理论。杨司桂从功能对等理论等角度出发, 较为全面地探析了奈达的功能翻译理论。朱浩彤探讨了奈达“功能对等”的理论基础。^[9]刘燕, 童琳玲(2006)在谭载喜的基础之上, 全面审查奈达的翻译思想发展历程, 将奈达翻译思想的发展分成了五个阶段。^[4]

2.1.2 对读者反映论的研究

奈达的译学研究中, 读者反应论也是其重要的基础。秦洪武(1999)从接受美学理论的视角对读者反应论进行了再阐释, 认为翻译应综合考虑文本的性质和不同的受众读者反应论并不过时。^[10]

共识主要体现在以下三点: (1) 重视读者; (2) 强调原文信息的传达; (3) 它与乔姆斯基的转换生成语法、成分分析法等相结合。

争论的焦点有四个: (1) 奈达的“读者反映说”由于过分重视归化, 容易丧失其民族文化的基因 (2) 奈达的“读者反映说”在翻译中强调“动态对等”的含义, 因而表现出强烈的主观色彩和多样性。(3) 20 世纪九十年代以后, 中西文化的交流迅速发展, 尤其是中国文化在海外的传播。(4) 奈达的“读者反映说”在六个方面都低估了读者, 对历史发展的必然趋势估计不足。^[11]

2.2 对功能对等理论在翻译应用层面的研究

从功能对等理论的角度来看, 奈达的翻译理论在字幕翻译、广告翻译、商务英语翻译中的研究较多。赵速梅探讨了影视作品字幕翻译中跨文化交际信息的转换问题。陆全在其文章中通过对比分析广告翻译实例, 阐明“变通”在汉语广告英译中的可行性和重要性, 并指出变通要坚持功能对等基础上的等效原则。王立松、石新华、熊秩彬等, 倾向于结合某类特定广告的翻译案例, 或广告中普遍出现的某类修辞手法等翻译案例, 来探讨或解析应采取何种翻译策略以达到翻译后的功能对等。国内也有很多学者将功能对等理论应用于商务英语翻译。国内将功能对等理论应用于公示语翻译的学者中, 有很大一部分倾向于结合某地区或某类公示语的翻译案例, 来探讨公示语翻译应遵循的原则和方法。^[1]

3 研究中存在的问题

任何一种翻译理论都有其自身的意义和重要性。然而, 奈达的对等理论也存在着一定的局限性。本文从我国学者的问题和外国学者的问题两个角度对其进行了阐述。

3.1 国内学者对奈达翻译理论局限性的研究

杨司桂(2007)在其文章中指出了功能对等论的两个局限性:

(1) 奈达的功能对等理论主要侧重于翻译过程中的交际和理解, 应用范围有限。不同作者对相同的思想内涵, 其表现手法也不尽相同。因此, 文学翻译既要重视文本的可读性, 又要重视文本的语言形态。

(2) 功能对等过分强调了语言的通用性和易读性, 因此, 其理论参考因素单一, 忽视了人的文化和翻译的社会化。翻译是一项极其复杂的工作, 要考虑到历史、文化和意识形态等。在某些思想或

相关领域中,如果发生了矛盾,就会出现“欠额翻译”的现象,因此,翻译必须对原文保持忠诚。^[15]

也有人从不同角度阐释了奈达的“功能对等”学说的局限:

庄起敏(2005)从功能对等概念运用的角度阐述了它的局限性。抛开实践本身的问题不谈,仅从概念的一部份来说明翻译现象,就很难全面地反映现实。在此基础上,笔者认识到“现实标准”这个概念难以操作,因此,本文提出了一系列通用的翻译策略。事实上,仅从概念层面使用功能对等来诠释翻译现象,确实令人感到“虎吞苍穹,不能下爪”,因此很少有作家会这么干。^[16]

徐志伟(2013)指出,奈达的翻译理论忽略了文本的形式和文本的多样性。有时候,翻译的目标是让读者理解,或者反过来,但是,它的真实意图是要对读者产生影响;有时,翻译和原文之间会出现明显的文化差异。在这两个条件下,原译本的等值就无法达到。《圣经》译本应重视译文的易懂,其大量运用隐喻和新奇的语言,因此,作者的真正意图也许要读者仔细地感受和把握,这是文学的一个重要特点。按照奈达的读者反馈理论,读者们只会用通俗易懂的语言去翻译,那么,就会让文学失去兴趣。同时,它也会影响到文学翻译的跨文化交际功能。^[14]

3.2 国外学者对奈达翻译理论局限性的研究

奈达的翻译理论兴起于国外,国外学者掌握了一手资料,研究地也更为透彻,国外也有学者就奈达翻译理论的局限性提出了见解。

埃德温·根茨勒(Edwin Gentzler)认为奈达采纳了乔姆斯基的TG语法的一些观点,但过于简化了它。对他来说,奈达在某种程度上扭曲了乔姆斯基的理论。他声称“作者和文本之间的关系是复杂和潜在的,将作品简化为‘简单结构’总是会扭曲,并且这些简单结构从一个深层结构转移到另一个深层结构—跨语言、跨时间—可能不可能”(Gentzler, E.2004: 57)。根茨勒认为,奈达的宗教信仰在其“科学方法”的形成过程中往往非常“有用”。他声称,奈达的科学中存在但被忽略的隐含假设与关于“与上帝沟通”的“受保护的”信仰惊人地相似,因此,对奈达来说,翻译成了“重新表达词语的力量”。

关于奈达,另一个值得提及的因素是他对形式的忽视和对“形式对等”的忽视。在根茨勒看来,奈达将“动态对等”重新定义为“功能对等”,是为了“揭示他的理论优先级——他偏好内容而非形式”。(Gentzler, E.2004: 58)这些估计可能来自于翻译过程中保留和拒绝的不同标准。

4 奈达翻译理论的实践意义

通过在CNKI中国知网中搜索关键词功能对等理论,可以看到很多学者选择用功能对等理论来指导自己的翻译实践报告,其中大多以文学文本为主。运用功能对等理论,是提高整个文学翻译质量的关键。功能对等理论认为,译者在进行特定的翻译时,不仅要着眼于文本的对应性,还要注重在功能上的对等,使译者能够更好地理解原文的意义。^[1]

在特定的翻译中,译者应做到对原文的整体把握,使原文的特色、思想主题得以充分体现。在翻译过程中要正确把握原文与译文在表达方式、句法结构上的不同,使两者的衔接流畅、流畅,从而使翻译作品的品质得到提高,为读者带来更好的综合阅读体验。

同样,奈达的功能对等理论还能有效地指导应用翻译。

广告的目的是为了提高顾客的购买意愿,提高产品在消费者心中的信任度。商业广告应以消费者的价值取向、消费喜好、购买诉求为第一要素,只有这样,它才能在市场上独树一帜,赢得顾客的信

任。因此,商业广告的翻译必须与其本身的特点相适应。但这并非指商业广告翻译为了达到交际与营利性目的就可以不必遵循忠实的原则,商业广告翻译更多的是强调一种动态对等。所以译者在翻译商业广告时,应从英语翻译与商业宣传两方面进行考量。译者如果仅仅按照一般的翻译原则去考量商业广告的翻译,显然是不合适的。商业广告翻译虽然也要遵循翻译的科学性和准确性原则,但是大体上仍是以交际性与营利性为核心标准。韦璇(2021)通过分析了广告翻译的四个制约因素,得出了广告翻译的自由度很高,它接近于二次创作,但是也受到商业规律和法规对其的制约性。为了同时满足商业原则,又能尽可能地“再创造”,该作者通过一些具体的例子总结了在广告翻译中可能用到的翻译策略,这样既能体现广告的创新性,又能忠实于原广告语的内涵,使译文能对消费者产生一定的冲击力,吸引消费者兴趣,促进消费。^[11]

对于经济类文本来说,此类文本在词汇、句式和语篇上也有自己鲜明的特点。译者在翻译经济类文本过程中可采用增词法、重组法和分译法等翻译技巧,来实现意义上的对等。经济类文本逻辑性强,注重对信息的传递,所以,译者在翻译此类文章时需要有全局观,注意上下文之间的逻辑关系,将这些关系准确完整地表达出来,易于读者了解全文,实现语篇上的对等。^[8]

对于法律类文本来说,法律英语有其独特的语言特征。武琼(2021)以《中华人民共和国合同法》为例,分别对词法、句法和篇章层面的翻译进行对比研究,得出结论:译者应立足于充分理解原文的基础上,站在读者的角度,对译文进行灵活的修改和编辑。同时,也要对译入语国家的法律文化、法律体系有一定的了解和把握,保证用词专业严肃,准确庄重,使译文充分发挥其应有的法律效力。^[12]

5 结语

本文通过在CNKI中国知网上查阅有关奈达翻译理论的相关文献,对国内关于奈达的翻译理论的发展进行了比较客观、全面的分析,当然,我们对某个理论不能全盘接受,要批判性地看待,所以本文也总结了国内外并对其提出的一些质疑。但是,奈达的翻译理论对于硕博论文具有很强的指导意义,文章在最后也分析了该理论在几类翻译实践中的具体应用。希望在不久的将来,国内外学者会对奈达翻译理论有更深层次的认识,并将其应用得更为广泛。

参考文献:

- [1]董晓华.功能对等理论在文学翻译中的应用[J].英语广场,2021(25): 51-53.
- [2]黄远鹏.再论奈达翻译理论中的“功能对等”[J].西安外国语大学学报,2010,18(04): 101-104.
- [3]李文竞,王丽.国内功能对等理论研究状况的可视化分析[J].郑州航空工业管理学院学报(社会科学版),2020,39(02): 68-77.
- [4]刘燕,童琳玲.奈达翻译思想的发展及转变对中国翻译的影响[J].湖北教育学院学报,2006(01): 121-124.
- [5]刘英凯.试论奈达“读者反应”论在中国的负面作用[J].上海科技翻译,1997(01): 2-7.
- [6]秦洪武.论读者反应在翻译理论和翻译实践中的意义[J].外国语(上海外国语学院学报),1999(01): 49-55.
- [7]秦小红.尤金·奈达翻译理论简介[J].海外英语,2014(04): 121-123.
- [8]强艳颖,段钨金.功能对等理论指导下经济类文本翻译探究[J].柳州职业技术学院学报,2021,21(01): 80-84.