

言语行为理论下粤港澳大湾区公示语英译研究 ——以广州为例

黄紫倩 吴家怡

(广东外语外贸大学南国商学院 广东广州 510545)

【摘要】本文旨在运用语用学理论中的言语行为理论,从言内行为、言外行为和言后行为三方面分析公示语的翻译方法、常见错误以及解决办法。

【关键词】粤港澳大湾区; 公示语; 翻译; 言语行为理论

DOI: 10.18686/jyyxx.v4i1.70587

公示语,也作“标志语”“标识语”“警示语”等,是在公众场合通过文字或图标等方式,起到标志、标识、警示等作用的特殊语体。本文旨在从言语行为理论角度对粤港澳大湾区公示语的英译现象进行研究,为公示语翻译研究提供科学的分析方法,也为建立规范、准确、地道的城市公示语翻译和树立良好城市形象、展现国际化大都市风采提供理论基础。

言语行为理论由英国牛津大学道德哲学教授奥斯丁(Austin J L)在他的著作《论言语行为》提出。他提出言语行为理论三分法,即言内行为、言外行为和言后行为。美国哲学家塞尔(Searle J R)对奥斯丁的观点加以修正和发展,他认为,言语行为理论的一个根本出发点是所有言语实践语言与行为有关,言语行为是言语交际的基本单位。

1 言语行为理论对公示语翻译的检测及指导

1.1 言内行为对公示语翻译的检测

1.1.1 言内行为与公示语翻译

言内行为强调“说话”这一行为,旨在从句子的音、词、句等字面层次,分析句子想要表达的意义。然而在公示语翻译中,常常存在错译、漏译、拼写错误等问题。因此在这一层面,本文通过词汇和句法两方面分析公示语翻译中的言内行为问题。

1.1.2 公示语错译分析

1.1.2.1 拼写错误

在广州市沙面·西堤旅游区有一十字路口的指示牌,上面写着“应急医疗救护”,而其下面的英文翻译却写着“Emergency Medical Treacent”,这是很明显的拼写错误,正确的译文应该是“Emergency Medical Treatment”。

1.1.2.2 错译

在另一处公示语中写道“小心玻璃”,下面的英文翻译是“CAREFUL GLASS”,这是典型的错译。此处的公示语原本是想警示过路人小心撞上玻璃,但翻译表达的却是“小心的玻璃”。这里可以直接翻译成“WARN!”或者是“PAY ATTENTION!”都能直接引起路人的注意,从

而达到提示的意思。

1.1.2.3 漏译

在广州市一自助商品包装的双语翻译中,发现了漏译的失误。中文原文是“请在此为所需商品打包,我们为您提供包装材料:纸箱,封箱带,扎绳,报纸,剪刀,抹布。为了环保,请节约使用包装材料。感谢您的支持!”而下面的英文翻译是“Please pack your merchandise here. Thanks for your support on keeping our environment clean.”此处没有将原文的包装材料包含的品类翻译出来,可能会使一些读者错失细节信息,导致信息传达出现问题。

1.2 言外行为对公示语翻译的检测

1.2.1 言外行为与公示语翻译

翻译是一座介于原文和译文读者之间的桥梁。它既承载着各个国家独有的文化,又肩负着将这些迥然不同的文化带到世界的各个角落的责任。所以翻译的首要目的就是根据原语和目的语的不同背景,精确地表达原语想要表达的意义。由于各国在文化背景、风俗习惯、思维方式等方面的不同,各种语言所要传达的语义也不同。根据言外行为理论,译者在翻译时,不仅要准确理解作者的字面意思,还要弄懂作者字面背后真正想要表达的含义。在这一层面,本文主要从由于文化差异导致的错误直译对言外行为进行研究。

1.2.2 公示语错译分析

在广州市粤剧博物馆内一处说明公示牌中,有这样一句话:“当地报刊将名旦李雪芳与京剧名家梅兰芳并列,以‘北梅南雪两芬芳’为题,做了详细报道。”下面的翻译将“北梅南雪两芬芳”翻译为“Two Fragrance of Northern Plum and Southern Snow”很显然只是对源文本进行了浅层的翻译。原文中的“北梅南雪”指的是以京剧著称的梅兰芳和以粤剧著称的李雪芳(京剧活跃在北方而粤剧活跃在南方),并不是翻译中说的北方的梅花和南方的雪的意思。“两芬芳”是指将两人齐名,以此说明李雪芳名气之大、地位之高,也并非翻译中两种香味的意思。博物馆里的说明性公示语起到解释说明展品并传播其背后文化的作用,若译者没有考虑到源文本背后

的文化背景,单纯地对其进行直译,不仅没有发挥公示语应有的功能,还会让译文读者感到疑惑,不利于文化的传播。

又如在另一景区,竖着一块警示牌写着:“龙王不缺儿女,请勿攀岩戏水”,下面的翻译为“The Dragon King does not lack children. Don't climb cliffs or play with water.”这块警示牌的中文生动有趣,游客看到后必定会多留意几眼且印象深刻,但当它被直译成英文时却失去了这种效果,反倒会让外国友人疑惑。首先,由于龙王是中国传统文化中独有的形象,译入语中并没有与之相对应的等效物,所以在翻译时应该加入其背景解释说明(The Dragon King: the God of Rain in Chinese mythology)。其次,此处的“戏水”不应直译成“play with water”,“戏水”应是站在水里玩耍或者站在水里打水,所以翻成“play in the water”或“splash”更贴切。再者,从整体来看,译文的上下两句并没有必然联系,由于缺少相应的文化背景知识,外国友人并不能领悟到中文表现出来的幽默,只会疑惑“攀岩戏水”和“龙王的儿女”有什么联系。

1.3 言后行为对公示语翻译的检测

1.3.1 言后行为与公示语翻译

言后行为又称取效行为,奥斯丁将其定义为是一种对话接收者情感、思想或行动产生影响的行为。言后行为与言外行为关系紧密,也受文化背景、思维方式、风俗习惯等的影响,因此译者要充分考虑到译入语的社会文化背景和读者的心理需求。

1.3.2 公示语错译分析

例如,广州市大部分景区都会有“请勿吸烟”“请勿践踏草坪”等标识。就文化模式而言,中国注重高权利距离文化,而西方国家则更注重低权利距离文化,因此在翻译这类的公示语时要体现两种文化模式的不同。中国人适应了权威,即使是“请勿”这类带有明显严厉和指令的词,他们也不会感到不适,但西方人更能接受建议、劝告的语气,所以这类标识不宜翻译成“Don't smoking”“Don't Stepping”,而翻译成“No Smoking”“Keep off the Grass”会更好。

例如,在景区厕所内一般会有“来也匆匆,去也冲冲”的标识,其目的是劝诫使用卫生间的人要及时按下按钮冲厕所,如果只是翻译成“Flush Toilet After Using”,虽然能够传达句子的意思,但是却失去了中文的对仗和幽默

感,不免有些单调。所以此处翻译成“Come in a rush, leave with a flush”会更巧妙。一方面“come”和“leave”对应了中文里的“来”“去”,另一方面“rush”和“flush”也有了音韵的和谐。这样一来,译文读者在匆忙中也能接收到短短一句提示语中的幽默,无形中愉悦心情。

2 造成公示语翻译问题严峻的原因

由上述的例子可以看出,广州市内的公示语翻译问题仍然严峻,笔者试着总结了如下两点可能造成此现象的原因。

2.1 对公示语翻译工作不够重视

在实地调研中不难发现,一些景区内的公示语翻译犯了很基础的错误,如印刷、拼写、排版、用词不当等,归根结底是工作人员不够重视,在工作中粗心大意、敷衍了事。如果负责人员能认真履行工作职责,是可以避免这些错误的。

2.2 译者对中西方文化的了解不够深入

如上述例子所言,一些让人啼笑皆非的翻译其实是对句子背后的文化背景理解不够,或是不能适应中西方思维差异,缺乏跨文化交流意识,只机械地将词与词一一对应翻译,当涉及到中国独有的元素时不能从文化交流的角度巧妙地将句子内涵表达出来。因此,要重视相关翻译工作人员在文化背景这方面的培训,培养他们的跨文化交流意识,才能更好地为人们提供准确、得当的翻译。

3 结语

本文基于言语行为理论,结合实例,分别从言内行为、言外行为和言后行为三方面对广州市内各景区公示语英译进行分析研究,总结了一些翻译过程中可行的方法和策略,希望对粤港澳大湾区的公示语英译工作提供有意义的参考,同时为公示语翻译理论提供科学可行的方法。

作者简介:黄紫倩(1999.7—),女,广东梅州人,研究方向:公示语翻译;吴家怡(2001.8—),女,广东阳江人,研究方向:英语翻译;指导老师:张映先,女,教授,研究方向:翻译理论与实践。

基金项目:本文为2021省级大创项目“粤港澳大湾区公示语翻译质量调查与规范研究”(项目编号S202112620005)阶段成果。

【参考文献】

- [1] Austin J L. How to Do Things with Words. England: Oxford University Press, 2016.
- [2] 杨榕静.言语行为理论视角下的公示语汉英翻译[D].湘潭:湘潭大学,2013.
- [3] 任翠翠.言语行为理论视角下汉语公示语的英译研究[D].大连:东北财经大学,2015.
- [4] 吴勇.论言语行为理论在翻译实践中的作用[J].上海交通大学学报(社会科学版),1998(1):73-78.
- [5] 杨平,钱实.言语行为理论研究现状综述[J].山西青年,2017(6):248+213.