

从及物性角度看英汉语篇的翻译

郭伊芸

(广州商学院外语系 广东·广州 510000)

【摘要】本文以韩礼德系统功能语法中的概念元功能为出发点,从及物性的角度,选取其六大过程中三大主要过程进行翻译分析,在研究语境和翻译目的的基础上,探讨翻译的策略。以期在翻译过程中,将及物性运用于原文文本分析,与文体以及翻译所要达到的目的有机地结合在一起,把握全文,正确的理解原文,顺利完成翻译。

【关键词】概念元功能 及物性 物质过程 关系过程 心理过程

【中图分类号】H315.9 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1009-8534(2015)03-0059-02

DOI:10.13985/j.cnki.34-1227/c.2015.03.022

一、引言

韩礼德功能语法中提出了三大元功能,分别为概念元功能,人际元功能和语篇元功能,他们是语言意义的三个方面,在交际中同事发挥作用。而每一个功能又分解为若干组成部分,其组成部分在整个意义系统中发挥作用。其中概念元功能就可分解为经验功能和逻辑功能,及物性是概念元功能中经验功能的具体体现。

鉴于系统功能语言学将语言看成是社会符号系统的特质,并且为意义分析提供了非常详细的信息载体,根据功能语法,通过对语言的系统功能分析,语言的意义就可以充分被解读,因而能得出更为具体而切合实际的翻译标准:原文和译文的功能对等,是翻译的最高标准。在这个标准之下,翻译研究的问题就能相对较好地得到解决。

在具体讨论之前,首先了解一下概念元功能下的及物性系统。及物性系统是一个语义系统,把经验世界识解为一组可以操作的过程类别。过程包括三个构成成分:过程本身,过程中的参与者和过程相关的环境。及物性主要分为六个过程:物质过程、心理过程、关系过程、行为过程、言语过程、存在过程。本文将系统中三个较为主要的过程:物质过程、心理过程和关系过程为讨论对象。

二、及物性系统下的主要的三大过程

1、物质过程

物质过程就是“做”的过程(a process of doing),这个过程都包括一个过程和特定的参与者:一个必不可少的动作者和一个可有可无的目标。简而

言之,它要表达的就是某一个实体“做”某事——“对”其他实体做某事。“动作者”(Actor)和“目标”(Goal)是物质过程的两个主要参与者,而过程本身一般由动态动词来表示。以 She shook her head. 为例,在这句话中,she 是动作者,her head 是目标,而 shook 表示过程本身。

在许多情况下物质过程可以用被动语态来表示,各个参与者的成分依然不变,动作者不一定是句子的主语。如:The window is broken by him 中.The window 不论主被动都是目标,by him 是动作者,而 is broken 表示过程。

2、心理过程

心理过程就是“知”的过程(a process of sensing),它表示感觉(perception)、反应(reaction)和认知(cognition)等心理活动,其主要参与者是心理活动的主体即“感知者”(Senser)和心理活动的客体即被感知的“现象”(Phenomenon)。如 He sees a black cat. He 为感知者,a black cat 为现象,sees 表示心理过程。

3、关系过程

关系过程可以说就是那些有关“是”的过程(a process of being),具体可以再分为“归属式”和“识别式”。在归属式中,一个试题被赋予或归附某种品质。从结构上看,可以把这种品质称为“属性”,把品质所赋予的实体成为“载体”。例如:You are all right. 在识别式中,某物被指派了一种身份,即一个实体被用来识别另一个实体。从结构上说,把有待识别的成分称为“被识别者”,把起识别作用的成分称为“识别者”。例如:You are a monster.

*[收稿日期]2015-03-18

[作者简介]郭伊芸(1990-),女,广东汕头人,暨南大学硕士研究生;广州商学院外语系教师,助教,研究方向:翻译。

归属式和识别式之间一个最重要的差别就是,识别式可以倒置,即“识别者”和“被识别者”位置可以交换:You are a monster. / The monster is you.但是归属式则不可以:不存在 You are all right.和 All right is you.对等的表达方式。

三、案例分析

1、物质过程的翻译

首先,我们以物质过程为例:

例 1:

原文:Now brush your hair. And put that wretched cigarette out.

译文:现在打理下你的头发,掐了那可恶的烟。

这是一个省略动作者的物质过程,省略的动作者实际上应为“你”,而目标则是“你的头发”和“那烟”。根据原文与译文及物性角度对等的原理,翻译中同样也译为物质过程,因此就及物性角度而言,这句话是采用了直译的方式,保证了原文译文信息量的完整性和表达方式的一致性。

例 2:

原文:Tom and the keeper walked in silence to the tower.

译文:汤姆和看守警官走向灯塔,没说一句话。

在这个例子中,原文只有一个物质过程,动作者为“汤姆”和“看守警官”;目标是“灯塔”,而过程是“走向”。但在译文中,拆分成了两个物质过程,尽管译文没有采用直译的译法,与原文没有严格对等,但这样的重组更加深化了这一情境下紧张的气氛,是完全可以接受的。

因此,从及物性中物质过程角度看,大部分翻译都遵循直译的方式,一小部分对过程进行的修改也都是为了更好地贴近源语言。

2、心理过程的翻译

例 3:

原文:He sees a small, shod foot protruding from behind a log.

译文:他看见一只小小的,穿着鞋子的脚丫从一根木材后面伸出来。

这个例子中,“他”是感知者,“一只小脚丫”是现象,而“看见”是心理过程。译文也将这句话译成心理过程,很好地传达了所要表达的意思。

例 4:

原文:Don't expect me to care what the bloody hell happens to you from now on.

译文:现在开始,想都别想我还会在乎你遭遇什么破事了。

这个例子是一个省略感知者“you”的心理过程。

现象是“me to care what the bloody hell happens to you from now on”,心理过程是“expect”。翻译中采用直译的方式,也将感知者“你”省去,以增强愤怒的语气,译为:现在开始,想都别想我还会在乎你遭遇什么破事了。

例 5:

原文:She knows not to go too near cliff edges. She understands that spiders can bite, and should be avoided. She is clear that she mustn't try to swim unless Mamma or Dadda is beside her.

译文:她知道不能去悬崖边上,她知道蜘蛛会咬人,要躲着点。她也知道不能一个人去游泳,除非爸爸妈妈在身边。

在这个例子中,译文和原文在过程上是一致的,原文是心理过程,译文也呈现为心理过程。但是在用语上,原文一共用了“know”、“understand”以及“clear”三个词表达其心理过程,使得整体的语势增强。而翻译成中文时,将同一个词“知道”重复三次,反而更能在目标语中体现这种强烈的心理情感。因此在这段话中采用直译与意译结合,使译文更加生动多样。

总而言之,在心理过程的翻译中,基本都采用直译的方式,将每个过程都对应翻出,在保持过程直译的基础上,因进行强调而偶尔改变的文学化处理也是可行的。

3、关系过程的翻译

第一类:归属类

例 6:

原文:She is safe.

译文:她很安全。

以上例子是一个关系过程,“她”是“载体”。“安全”是属性,因此属于归属类。译文中也采用直译方式,用关系过程表达。

例 7:

原文:“Thomas Edward Sherboutne?” “That's right.”

译文:“是托马斯·爱德华·谢伯尔吗?” “是的。”

例 7 中,“That's right.” 是一个归属类关系过程,其中“that”是载体,代指前文中所问的“Are you Thomas Edward Sherboutne?”而“right”是属性,用来说明载体。而在译文中,同样也采用直译方式将其翻译成关系过程,只是将载体“that”省略,更符合目标语表达规范。

第二类:识别类

例 8:

原文:——“But it's Tom! It's a mate, mum!”

(下转第 63 页)

的英文商标名称,如果意译“干净整洁”,就未免太直白而让人一下子没有了购买的欲望,译为“可怜可俐”,采用了汉语音韵美里的双声叠韵法,给人以听觉上美的享受,富有感染力,其适合年轻可爱女生使用的质感也随之扑面而来。

5.3 商标翻译中的形美原则

所谓形美,就是指其特定的形式所带来的视觉美。商标译名中的“形美”通过用词简洁明快,构思独特,突破常规,有时代感等来达到的。

上海的著名品牌“美加净”,其中文名暗示了产品的功能和效用,能引起消费者的购买欲望,译者在将它英译时,并没有机械地译成 Mei Jia Jing 或取其意译成“Beautiful & Clean”,而是采取了归化法,牺牲了中文名称里的意美,创造了一个非普通用词—Maxam,颇有创意,从形态上看左右对称,简约大方,方便海外消费者发音,更方便他们记忆,达到令人过目不忘的效果。

另外,Avon(雅芳),Archie(雅倩)等化妆品牌的译名也是别具一格,不仅简洁易记,而且“雅”、“芳”、“倩”这些字给人非常美好的感觉,完全迎合了东方人视觉上的审美心理。

如果在商标翻译中能将意美、音美、形美三者成功地融为一体,那将会产生锦上添花、掷地有声的效果。当然,除此之外,商标的翻译还涉及市场学、广告学、消

费心理学等领域。因此,译者在进行商标名称翻译的时候还要充分考虑到目的语消费者的消费观念、宗教信仰、政治敏感问题,甚至是各地的方言等,才能使其产品在竞争激烈的国际市场上所向披靡战无不胜。

6. 结语

本文从认知图式的角度出发,讨论作为以读者为中心的特殊文本的商标文本与读者原有认知图式之间的关系,即一方面要迎合读者原有的认知图式,另一方面又对读者原有的认知图式起着保留和强化的作用。这一特殊的互动关系决定了我们在进行商标名称的翻译时适宜采用归化策略来进行翻译,使其达到意美、音美、形美的境界并遵循等效原则,这样的商标译名才容易为目的语市场的消费者所接受,成功地实现译名与原名的功能对等。

参考文献:

- [1]张怀建,黄建滨.背景知识与语言教学[J].外语界,1995(4):11.
- [2]刘明东.图式理论与大学英语阅读教学[J].国外外语教学,1998(4):28.
- [3]贺微.翻译:文本与译者的对话[J].外国语,1999(1):41.
- [4]李永红.广告翻译中的认知图式[J].北京第二外国语学院学报,2004(4):48.

(上接第60页)

——“It's three blessed thousand guineas!”

译文:——“可那是汤姆啊!是哥们儿,妈妈!”

——“那是天煞的三千畿尼啊!”

在这个例子中,两个“it”是待识别者,并且两个“it”的所指是不同的。而三个连续的名词“Tom”,“a mate” and “three blessed thousand guineas”是识别者。翻译中将两个“it”都以为那,与原文相对应。同时也将识别者分别译为“汤姆”,“哥们儿”,“天煞的三千畿尼”。同样,采用的是直译的方式。

例9:

原文:You are a monster! A cold, selfish monster!

译文:你这个怪物!冷血、自私的怪物!

这个例子中,“你”是待识别者,“怪物”是识别者。译文中也同样译成了识别类关系过程的方式,采用了直译的方法。因而,我们可以发现,在关系过程中,大多可以采用直译的方式,将原文与译文对应翻出。

四、结论

综上所述,根据理论界定、例子及其分析,我们

可以得出结论,在实际运用中,将及物性理论作为评价翻译的标准是可行的。并且,在此标准下结合直译与意译的相互配合,使得文本的翻译更接地气,更贴近目标语表达方式,同时归纳掌握其规律性,也不失为指导翻译的一种翻译方法。

参考文献:

- [1]胡壮麟,朱永生,张德禄.系统功能语法概论.[M].长沙:湖南教育出版社,1989.
- [2]黄国文.翻译研究的功能语言学途径[J].中国翻译,2004,05:17-21.
- [3]黄国文.韩礼德系统功能语言学40年发展述评[J].外语教学与研究,2000,(1).
- [4]李国庆,陈倩,孙韵雪.系统功能语言学的研究与应用.[M].暨南大学出版社,2009.
- [5]刘宓庆.英汉对比与翻译.[M].南昌:江西教育出版社,1992.
- [6]朱永生.系统功能语言学多维思考.[M].上海:上海外语教育出版社,2001.