

## 商品流通领域公示语翻译的程式化策略

文/任宇红 郭亚玲

随着经济全球化浪潮的到来以及2008年奥运会即将在北京召开,全国各地商品流通领域的汉英双语公示语也越来越多。可以说,这是人性化管理与和谐社会的一个进步,也从侧面反映了我们民族友好、向上的精神面貌和整体文化素质。

公示语是社会用语的重要组成部分,担负着具体的、有明确公众指向的交际任务。英语公示语满足的是外国来华公众的社会、行为和心理需求,旨在完成提示、指令、请求和参照的交际任务。在准确实现英语公示语的交际功能上,我们还做的远远不够。不规范的、外国人看不懂的甚至洋相百出的英语公示语比比皆是,已引起国内外专家学者的重视。诺贝尔经济奖获得者克莱夫·格兰杰教授在评论2008年奥运会时将公示语设置和使用问题排列在门票、签证、服务问题等忧虑前优先提出。进入21世纪以来,国内许多专家、学者对公示语的翻译进行了多方面的探讨。较早研究公示语翻译的是何自然,他从语用学的角度关注公示语的英译及语用失误问题(1998)。国内公示语汉英翻译研究专业网站开通(2003)、由吕和发与单丽平主编的《汉英公示语词典》(2004)使公示语翻译走向公众视野。

首届全国公示语翻译研讨会于2005年在北京举行,黄友义指出把公示语译为外文不能依靠外国人,只能靠我们自己去完成。罗选民、王银泉、徐剑等的研究使公示语的定义、功能、错误种类都得以明晰,极有力地推动了公示语翻译研究的发展。

就公示语翻译的原则和策略而言,目前尚无公认规范,用语用等效理论来研究公示语翻译的较多,但还不能自成体系。戴宗显、吕和发指出功能对等,情境相同,对象一致,目标明确,转换对应是在语境全球化条件下公示语汉英翻译所应遵循的原则标准(2005)。张美芳对澳门公共牌示的文本类型及其功能进行分析,建议以文本的主要功能来决定翻译的策略(2006)。丁衡祁教授提出了公示语翻译方法的新模式A-B-C模式(the Adapt-Borrow-Create approach)(2006)

纽马克认为,译文应以读者为中心,注重预期效果。公示语翻译有自身的特点和规律,但作为社会用语的翻译,其标准必须是形式服从功能,能准确无误地对国外旅游者起到示意功能的公示语就是好的英文公示语。为此,笔者认为ABC模式可谓目前公示语翻译的程式化策略。根据中国国情和改革开放的需要音译和不译也应成为程式化翻译策略的一部分。ABC模式与目前通用的仿译、借译和创译的策略不谋而合,所以,我们的程式化翻译策略包括仿译、借译、创译、音译和不译。在这五种策略的适用范围问题上,可以借用许渊冲先生对何时使用直译、意译的论述,形成选择公示语翻译策略的规范:

如果汉语的某个公示语在英语中有相同的对应,而且在相同的环境下也有相同的语用含意,那么人们就可以采取借译的手段;如果有相同的语言形式和文化形象,但是在相同的环境下有不同的语用含意,则采取仿译的方式;如果语言形式、形象和语用都不同,则采取的创译手段。笔者认为,对地名的翻译应遵从《中华人民共和国国家通用语言文字法》、《关于改用汉语拼音方案作为我国人名地名罗马字母拼写法的统一规范的报告》和《关于地名标志不得采用“威妥玛式”等旧拼法和外文的通告》,采用“专名音译、通名意译”的策略。在中国,有些标识语只是写给中国人看的,不需要译成英文。

### 借译

各英语国家公示语的构架趋向于国际化,加上某些文字表述的固定化,翻译时可以采取借译的方法。在英语中能找到最多对应的是具有指令功能的公示语,它用信息来指导人们的行为,具有十分明显的强制效果,在这种语境下,人们往往没有其他选择的余地。其用语简洁有力,多用“NO”“FORBIDDEN”等否定意义的词汇,句型结构也较单一。(1)在借译时,可完全按照一定的格式或句型进行程式化翻译。

如表示“禁止做某事”“莫”“勿”可以采用“No+名词或ING形式”。

禁止入内No Admittance

禁止吐痰 “No spit-ting”

禁止吸烟No Smoking;

禁止乱扔垃圾No littering

禁止停车No Parking;

禁止拍照 NO PHOTOGRAPHING

禁止宠物入内 No pets allowed  
非公莫入 No admittance except on business

谢绝小费 NO TIPPING?

勿带外卖进入 No outside food, please.

表示“专用”“只有”，可采用“名词+ONLY”的形式。

员工专用 Staff Only;

贵宾专用 VIP Only;

会员专用 Members Only

非请勿入 Admission by Invitation Only

闲人免进 Staff Only

仅限紧急情况下使用 EMERGENCY USE ONLY

专用车位 Authorized personnel only

表示“请勿做某事”，可以采用 off 词组或“Do not + 动词”。

请勿触摸 Hands Off

请勿践踏草坪 Keep Off the Grass

请勿堵塞 Do Not Block;

请勿乱扔垃圾 Do Not Litter;

请勿攀登 Do Not Climb 等。

具有参照功能的公示语用途较广泛，这种类型的公示语多用在服务性的公共场所，人们通过公示语提供的参考性信息可以明确自己的方位，行为方式或目的等。这类型的公示语并不传达直接规则或强制信息，人们可以根据实际各取所需，有目的地获取公示语提供的信息。(2) 这种公示语在英语国家的商品流通领域、在《汉英公示语词典》上均可找到，已成定译，大可实行“拿来主义”。

如:

办理入住 Check In

办理离店 Check Out

已消毒 Sterilized

客满 Full Booked

收费停车场 Pay Parking;

售完 Sold Out

商务中心 Business Center

注册登记 Registration

(厕所) 有人 Occupied

仿译

具有提示功能的公示语用词委婉、简明，而且句式多样。这种提示并不具有强制性，人们可以根据实际情况来选择执行或者不执行。因文化和思维的不同，一句公示语，在某一个国家表达的是好意，引起人们美好的联想和情感，而在另一个国家表达的意思会恰好相反。如果翻译不注意，就有可能引起误解或不快。因而在翻译时尽量按照译入语的表达习惯。很多汉语公示语的提示内容在国外是找不到完全对应的，这就要求我们仿照国外公示语中的类似表达。这样可以避免过于直露的、强加性的公示语或带有生僻的词汇和粗俗俚语的翻译。

如在英语国家表示“注意”“小心”多用 Caution: + 名词或 Mind + 名词。

小心地滑 Caution: wet floor!

小心碰头 Mind your head

所以 注意安全就可仿译成 Caution: risk of danger!

拥挤时，请注意您的钱包 译为 “In crowded places, you’ re your wallet”

千日防贼，不可一日松懈。 “Be alert to theft”。

在国外商品流通领域我们到处可见这样的公示语 We are open from 9: 00 am to 6: 00 pm。在翻译“营业时间”时，不妨照搬过来。

再如某餐馆的招牌“三元吃饱，五元吃好”，英文翻译为 “All you can eat”，这是借用北美的餐馆招牌 “All you can eat” 而来。

同时我们还可以利用借译过来的程式化模式:

如: 某商场内的牌子上写着“顾客止步!” 被译成 customers stop here! 结果是外国朋友站在那不敢走。这句话可仿照程式化模式译为 Closed to Customers! 同样，持废票、伪票不得入内! 可译为 Admission by valid tickets only!

创译

在翻译具有中国特色的公示语时，因为没有现成的可借用，也没有类似的公示语可模仿，不

一定要拘泥于原文的形式或内容，要敢于重新创作，做到内外有别。这样无论是给中国人看的汉语部分还是给外国人看的英语部分都达到了最佳交际效果。如：

绿色饭店 Green hotel

创一流服务，迎四海宾客 First class service to all guests

欢迎再来 Please come again.

天天低价 All Sale Everyday

每天都省钱 We Save Money for You Every Day.

本品可即购即食，食用方便 Ready to serve

不译

带有号召性的标语口号是给中国人看的，译为英文会让外国人以为是政府给他们提出的要求，所以没必要译出。如“争创一流城市”“做文明游客”“大干30天 争创星级饭店”等。为防止中国人陋习的公示语也大可不必译出。其实不但无益于交际反而有损形象。在公共场所就有诸如“禁止在公园内随地大小便”、“禁止乱刻乱画”，以及“军车免费”、“小商小贩禁止入内”等标识语。这些标识语纯粹是针对中国人写的，如果译成英文，外国朋友看后会感到很滑稽、很可笑，其结果只能是影响了中国的形象。所以对这类标识语最好不译（作者单位：河北师范大学大学外语教学部）

#### 相关链接

[商品流通领域公示语翻译的程式化策略](#)

[我国农业产业结构存在的问题及对策](#)

[基于期货与期权的套期保值策略](#)

[对“公司债”发行的几点看法](#)

[我国的投资区位配置分析](#)

[浅谈我国民间融资](#)

[社会转型期的反垄断](#)

[高科技企业核心员工流失现象透析](#)

[非金融企业套期保值的动机及驱动因素探析](#)

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心