

论新闻传播学译著的人名翻译

刘健

摘要

名字(符号)特别是一些特定人物的名字不仅代表了一个生物体的人,还代表了一种理论、一种体系、一种文化,可以传达意义、增进理解、建立思考框架,但这一切的功能和效果都要建立在读者对名字(符号)拥有“共识”(一种规范性)的基础之上。现在我国的新闻传播学译著中涉及到的人名充分发挥了名字的功能了吗?新闻传播学译著中名字翻译的“共识”(规范)现状如何?本文选择一些我国新闻传播学译著中的人名翻译作为研究对象,研究显示目前人名翻译混乱,人名的功能未能充分发挥。

关键词

人名翻译、功能、符号、规范、规范现状

作者简介

刘健,云南师范大学商学院中文系助教。电邮:36233782@qq.com。

On the Translation of Foreign Names in Books of Journalism and Communication Studies

LIU Jian

Abstract

Some specific characters' names (symbols) not only represent a person by himself, but also represent a theory, a system, a culture, and convey meaning and enhance understanding and establish the framework of thinking, which should be built on a normative framework of a name (symbol). Do the translated names in books of journalism and communication studies fully play their roles as mentioned above? How is the normative status of the translation of names, This article explores these two questions by studying on some translated names. It finds that the translation of English names is extremely confusing, and greatly weaken the their own functions.

Keywords

translated names, functions, symbol, normative status

Author

Liu Jian is a teaching assistant at the Department of Chinese, Yunnan Normal University.
Email:36233782@qq.com.

最近三十年来,国外新闻传播学的一些经典之作不断被国内学者引进国门并做了翻译,然而译著中涉及到的外国人名翻译实不尽如人意。比如,崔保国和李琨翻译的《麦奎尔的大众传播理论(第四版)》和李彬翻译的《关键概念—传播与文化研究辞典》都存在同样的一个问题:人名的翻译缺乏规范性,没有达成“共识”——同一英文名(能指)对应不同的中文名(能指),虽然这些中文名都指向同一概念或者观念(所指),但不规范或者没有“共识”的译名会给没有深厚背景知识的读者带来困难,不能发挥符号应有的功能。这里的“规范”不仅指人名翻译的准确性更涉及到不同译著中人名的一性。例如同一个人名Dallas Smythe的译名就有好几个,郭镇之翻译的“斯麦兹”(郭镇之,2001:58-63)、赵月枝翻译的“史麦兹”(赵月枝,邢国欣,2007:511-538)和崔保国翻译的“史密勒”(麦奎尔,2006:309)等等,且不论谁翻译得更加合理更符合外文翻译规范,单看这三个翻译名,如果没有很深厚背景知识和广泛的阅读体验(读过这三位作者的关于Dallas Smythe的文献),恐怕无论如何是不会把他们归为一人的,那么这三个译名能发挥名字的应有功能效果吗?这种答案当然不能一概而论,也不可能有确切的是与否的回答,但有一点却是一定的——那就是如果有这样的功能,效果也一定是有折扣的。Capella和Jamieson曾论述过“在线”与“记忆基础”两种不同的信息处理模式(麦奎尔,2006:377)。在线途径假定当观看或阅读信息时(如新闻报道或者专著),信息已经提供了全部的意义。在很多译著中所提及的人名,这种模式大多是不适用的,因为大多译著所提到的人名之后的理论是知识“点”式的,如果需要“面”的系统地了解那得通过“记忆基础”的阅读,也就是将信息将联通到既有的信息、印象、信念等储藏中。如果对上面的三个阅读到的或者听到的名字只知其一不知其二那么就会导致受众无法将一个不熟悉的名字联通到既有的储存中,就如下文提到的“摩利”一样不能达到应有的传播效果。

一、名字的功能与效果

在展开论述前,我们先看看下面这句摘自权威传播学译著(《麦奎尔的大众传播理论》第四版)的话。“……摩利(Morley)(1986),他在家庭收视的民族学中强调……”(麦奎尔,2006:338)。从这句话中我们可以看出名字的功能:

1.读者能够在这句话中获知“摩利”是个人或者学者,或者说是从事“民族学”研究的学者,由此可以看出名字具有表述和理解功能,即表述一种认识(“摩利”是个传播学学者)从而到达一种理解(他有或者可能有一套关于传播学的理论);2.如果有一定的共识(背景知识),我们还可以知道“摩利”曾经在《“举国上下”的观众》(陆扬,王毅,2000:73-74)中提出让受众得到“解放”的理论,由此我们可以看出名字具有传达功能(传达了摩利的理论);3.用“摩利”去思考传播中受众的“主动”与“被动”问题,这代表了名字的思考功能。4.通过“摩利”我们可以建立一套思路或者框架,围绕着这个人名,把他所有的理论进行组织记忆。

上面所论述的中文译名的四项功能特别是后三项功能的发挥有赖于一个基本点——对摩利的认识的同一性(单就中文译名而言),即读者在这之前所作的相关阅读或者与他人的交流中获得的关于Morley的译名与这本译著中译名具有同一性才能进行有效的理解。退一步说,如果读者之前根本没有接触过摩利的任何理论,那么他或许可以向别人请教“摩利的理论有哪些,是关于什么的?”或者可以通过“学术文献总库”查询相关的信息。对于第一种方法而言,

被请教的人首先必须和咨询人处于同样的“共识”中,也就是知道中文译名“摩利”而不是“莫利”,否则交流就无法进行或者会增加难度;就第二种方法而言,我们可以在“学术文献总库”中输入“摩利”进行“主题”搜索,可以发现82篇文献和“摩利”有关的文献,但问题随之而来,这82篇文献没有一篇和“传播研究”有关,更别说是和“受众研究”有关系,那对于“摩利”的理解又该如何进行下去呢?或许我们可以在搜索引擎中搜索一下Morley的中文译名。这时,你会发现Morley的另一个译名“莫利”,再从“学术文献总库”中进行“主题”为“莫利”的搜索,可以得到600篇相关文献,其中大部分都涉及到“受众研究”。附带地,我们还会发现名字的一个附加功能——纠错功能:通过这些文献,我们知道“莫利”使用的是一种“民族志”的方法进行受众研究(陆扬,王毅,2000:73-74),而不是“民族学”(一个以民族为研究对象的学科)(从整本书得翻译水平及译者的权威来看,显然这里是一个误笔)。

要取得发挥名字的功能达到获取理想的传播效果,那么对名字——符号怎么发挥功能应该有所了解。

二、符号的功能发挥前提

“符号是语言学中意义的最基本物质载体,这里的语言是指我们所能看到或听到的任何‘声音—形象’,它通常‘指示’在现实中我们希望与人沟通的某一物体或是某一方面。在人类的交流中,我们常用符号来向他人传达我们所知道的事物的意义。”(麦奎尔,2006:263)。语言学家索绪尔认为,一个符号包括了两个不可分割的组成部份,能指(即语言的一套表述语音或一套印刷,书写记号)和所指(即作为符号含义的概念或观念)。而符号是“任意性”的,除了拟声法构词之外,符号的能指和它的所指之间没有固定的天然联系,比如说“莫利”这个词和它所指代的真正事物,在形象上可能是毫不相关的。那么符号的能指和所指是怎么联系在一起的呢?关键在于对我们所使用的符号系统有着一定的“共识”或者同样的文化规范。符号就是通过这个共识在能指与所指之间建立联系而具有了认识事物的表义功用。这里就有了一个问题:这种“共识”怎么获取?索绪尔认为,某个特定的能指和某个特定的所指的联系不是必然的,而是约定俗成的,比如说Morley可以翻译为“摩利”或者“莫利”甚至“马利”(当然这里不涉及到翻译的规则问题),在这里三个中文译名(能指)都可以指向英文Morley(能指)所涉及的概念或观念(所指),但在实际运用中应该有一个前提:大家都在用这些译名并形成了共识,也就是说通过大量的共同的使用逐渐有了一套大家都所熟知的“文化共识”或者说成是一套“规范”。如果没有这种“文化共识”或“规范”交流便是无效的或者至少可以说是困难的有折扣的。如上文提到的“摩利”,当受众读到或者听到这个词时,必须要处于共同的“文化共识”或者“规范”体系之中,否则传播效果便无从谈起。

三、名字翻译的规范判断

规范性通过两种方式加以界定:(一)外国人名翻译规则——这涉及到翻译规则规范;(二)“学术文献总库”“主题”查询来进行评定——这是考虑到符号共识的约定俗成性,如果“大多数人”都这样用就表示大家都认可了这个翻译,也就是在知网中能查询到中文名且与新闻传播学有相关性视为有“共识”与“规范”。

四、新闻传播学译著中人名翻译的规范现状

在这里笔者选择《麦奎尔的大众传播理论(第四版)》中文翻译版中随机挑选一些名字的翻译来调查现在我国新闻传播学译著中人名翻译现状。选这本译著做样本首先是因为这本译著中涉及的英文名多,同时整本书的理论翻译得到读者的好评、读者面广而且译者在学界具有权威性和代表性。

笔者挑选了336页到338页作为样本统计得出其中涉及到英文名30个,其中有中文翻译的九个,分别是:Murdock/梅铎、Phelps/费尔波斯、Pierre Bourdieu/布什亚、Johansson/约翰生、Miegel/麦乔尔、雷威德(书中没见英文名)、Hermes/赫密士、安德森(书中没见英文名)、Morley/摩利。根据“翻译规则”或者“共识”原则,这些译名规范吗?

首先,根据外交学院翻译研究中心,英文名翻译成中文名有两条基本原则:一、科技图书中的外国人名,按照译名手册翻译成中文,并在第一个中文译文后面加上该名字的英文名字;二、译名手册查不到的外文姓氏,可以结合译名手册按照音译,慎用意译原则。¹在新华通讯社译名资料组编(1989)的《英语姓名译名手册》中,九个英文名中可以找到其中七个,分别是:Murdock/默多克(1989:296)、Phelps/费尔普斯、Bourdieu(法文名,手册无对应名)、Johansson/约翰逊(1989:208)、Miegel(手册无对应名)、Hermes/赫米斯(1989:185)、Morley(1989:291)/莫利。其中Bourdieu如根据英文读音可以意为“布尔迪厄”或者法文读音“布迪厄”、Miegel根据英文读音可以意为“米格尔”。到此我们可以看出,这几个翻译没有一个和上面的“译本”中的翻译相符合。以上是根据翻译“译名规则”来做的比较,如果根据音译又会是怎样的呢?恐怕“译本”中的发音也是站不住脚的,在这里,可以找个“极端”的例子做说明——Bourdieu/布什亚,无论是英文还是法文发音,Bourdieu都是无法读作“布什亚”的。

接下来,进行第二项——“共识检测”:通过“学术文献总库”进行“主题”查询。如下表:

译本名	学术文献总库文献数量 (单位:篇)	“规则译名”	学术文献总库文献数量 (单位:篇)
Murdock/梅铎	15	默多克	2325
Phelps/费尔波斯	0	费尔波斯	1
Bourdieu/布什亚	2	布尔迪厄/布迪厄	1815/1165
Johansson/约翰生	87	约翰逊	10621
Miegel/麦乔尔	1	米格尔	128
Hermes/赫密士	0	赫米斯	514
Morley/摩力	103	莫利	600

在这里需要说明:笔者阅读了根据上述两类不同译名搜索到的文献摘要,发现“译本”中的译名对应的文献基本都与新闻传播学或者新闻传播学理论涉及到的社会学无关,“规则译名”则大多与新闻传播或者社会学有关。

五、结论

当前很多译著在理论的翻译上体现了译者广博精深的专业理论知识和优秀的外文水平,但很多译著涉及人名翻译则“无规则可言”。有些失误是不可思议的,同一本书会有不同的翻译版本甚至同一本书中同一段话会出现同一人译为两个不同的中文名字,如“卡茨(1960)……。凯兹发现……”(麦奎尔,2006:367)。这样的前后矛盾必然造成读者理解的障碍。

名字特别是一些特定人物的名字不仅代表了一个作为生物体的人,还代表了一种理论、一种体系、一种文化,可以传达意义、增进理解、建立思考框架,但这一切的功能和效果都要建立在对名字(符号)达成“共识”的基础之上,当涉及到外文翻译名字的时候更是如此,因为对于外国人名大家都很陌生,如果同一个人翻译为不同的名字会导致符号功能的“失灵”或者“打折”或者说没有“完整”的传达原著者的意思。正如在上面的两项检查发现的,无论是从英文“译名规则”的角度还是从符号的共识角度,这些英文“译本”名都无法达成“共识背景”。现在应该是建立一套新闻传播学英文学者中文译名规范的时候了,当然不一定把“外国人名翻译规则”中的翻译作为标准,但学界至少应该达成“翻译名”的“共识”,以便让将来的译著中的“译名”更为统一更为“标准”,发挥更好的功能,达到更好的效果,或许在“学术权威”及翻译资源还掌握在少数高校手中的现在,这种努力并不是难以达到。规范外国人名翻译势在必行,只要国家规范、学界重视,外国人名翻译失范的局面就一定会有根本性的扭转,而名字特有的功能也能得到更好的发挥。

(责任编辑:薛辉、高岩)

注释 [Notes]

1. 外文学院翻译研究中心: <http://tisc.cfau.edu.cn/yanjiushengyuandi/M02-3.html>.

引用文献 [Works Cited]

郭镇之(2001). 传播政治经济学理论泰斗达拉斯·斯麦兹. 《国际新闻界》, 3, 58-63.

[Guo, Zhenzhi (2001). Dallas W. Smythe: the leading scholar in political and economic communication. *Journal of International Communication*, 3, 58-63.]

陆扬, 王毅(2000). 《大众文化与传媒》. 上海: 三联书店.

[Lu, Yang & Wang, Yi (2000). *Pop culture and media*. Shanghai: SDX Joint Publishing Company.]

麦奎尔(2006). 《麦奎尔的大众传播理论(第四版)》(崔保国, 李琨译). 北京: 清华大学出版社.

[McQuail, D. (2006). *Mass communication theory (4th Ed.)*. Beijing: Tsinghua University Press.]

新华通讯社译名资料组编(1989). 《英语姓名译名手册(第二次修订版)》. 北京: 商务印书馆.

[Xinhua News Agency (1989). *English names translation manual*. Beijing: The Commercial Press.]

赵月枝, 邢国欣(2007). 传播政治经济学. 载鲁曙明, 洪浚浩(主编), 《传播学》. 北京: 中国人民大学出版社.

[Zhao, Yuezhi & Xing, Guoxin (2007). Expositions on political economy of communications. In Lu Shuming & Hong Junhao (eds.), *Communication*. China Renmin University Press.]