

# 江西省企业网站外宣翻译研究<sup>\*1</sup>

蔡昕

(南昌工程学院外国语学院, 江西南昌 330099)

**【摘要】:**如今,不少企业利用网页这种特殊的宣传方式服务于国外客户。基于目前江西省企业网站外宣翻译不太理想的现状,从模因论视角出发,以显性模因和隐性模因的原则为指导,分析了部分优秀的江西省上市企业网站外宣翻译中常见的错误,以期提高网站翻译质量,更好的为江西省企业“走出去”服务。

**【关键词】:**企业网站; 外宣翻译; 模因论

**【中图分类号】:**F74      **【文献标识码】:**A      **doi:**10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.09.014

## 1 引言

模因是文化的基因论,语言的发展在一定程度上得益于模因论。围绕实现江西省在中部地区崛起的目标,江西省企业也在积极融入全球化的浪潮。在该过程中,企业必然要利用网站作为国际化的手段,由此可见,企业对外宣传资料的翻译在国际贸易活动中发挥着不可估量作用。然而,根据笔者前期的调研,江西企业的网站总体翻译质量良莠不齐,不太理想。本文拟以几家江西省上市企业网站英译为例,从模因论的视角出发对其分析探讨。

## 2 模因论与企业网站外宣翻译

英国牛津大学著名学者理查德·道金斯(Richard Dawkins)于1976年出版了畅销书——《自私的基因》(The Selfish Gene),“模因”一词最早出现于该书之中。模因论(memetics)归属于语用学,脱胎于基因论,是一种以新达尔文进化论的观点为基础来解释文化进化规律的一种新理论。模因通过一个过程从一个人的头脑拷贝至另一个人的头脑;广义上来讲,这个过程又可称之为模仿。

Dawkins(1989)认为一个模因要成功必须符合三个特征:(1)复制保真度(copying fidelity)。指模因在复制过程中对原模因的忠实度越高,模因就越能得以保存;(2)多产性(fecundity)。指模因的复制速度增加有利于模因散布广度扩大;(3)长久性(longevity)。指模因的复制模式存活的时间,复制的数量会随着复制模式存在人脑的时间变成而增多。由于复制是需要一定条件的,因此并不是每个模因都能被成功复制。同样,模因库中的模因也不能保证都被成功复制。

1999年,英国学者苏珊·布莱克莫尔 Susan Blackmore 发表了著述 The Meme Machine(《迷米机器》),成为有关模因的理论已经发展到一个新的阶段的标志。近年来,国内众多学者也对模因进行了广泛深刻的研究,比如何自然(2005)、张莹(2003)、郭菁(2005)、何雪林(2003)、尹丕安(2005)、马萧(2005)、徐盛桓(2005)、王斌(2004)等,根据该理论原理,从新的角度来探讨社会文化领

---

<sup>1</sup> **基金项目:**本文为“全国大学生创新创业训练计划”部分研究成果。

**指导老师:**刘桂兰。

域的众多现象。作为一种特殊的宣传方式,企业网站外宣翻译兼具文化传播活动的特质,其最终目标是推广企业产品,拓宽服务范围,建设良好的企业形象,最终提高企业的综合竞争力。

按照翻译模因论,企业网站外宣翻译是一个对源语模因加工处理的过程——理解、吸收、解码、重新编码和传播。这里涉及两种模因的传递——显性模因和隐性模因。一般来说,企业在网站上发布的信息都是与企业息息相关的内容,通常访问者很容易获取这些“明摆着”的企业信息模因,我们把它称为显性模因。作为企业模因的主要传播源,显性模因负责把企业信息传播到客户,为企业网站的功能服务。除了显性模因之外,还有一种潜藏在企业网站上的隐性模因,它没有显性模因明显,顾客不容易获取,但也起到了重要的作用。为了充分发挥企业网站功能,隐性模因的翻译应该遵循规范、重点突出、美观的原则,显性模因则力求准确、简洁及灵活。

### 3 有关江西企业网站外宣翻译的常见错误分析

方梦之认为,企业的网站翻译属应用翻译范畴(2004)。以翻译模因论为准绳来浅析江西省部分企业外宣网页翻译,可以归纳出以下几类普遍存在的问题。

#### 3.1 语法错误

语法是最常见的错误之一,虽然读者可以根据上下文猜测出想要表达的意思,但也会造成不必要的损失。这些网站英译问题严重阻碍了企业信息模因的传播。请看下例:

例 1:公司始终坚持与时俱进、科学发展,做一流的产品,创一流的业绩,力争成为光电行业具有持续领先水平的企业!

译文:We adhere to the times, scientific development, make first-class products, first-class performance, and strive to become a leader in the optoelectronic industry has sustained level of business!

分析:这句话看似正确,但还存在小瑕疵。句中 has 前缺少引导词 which,是典型的缺词漏词现象。

例 2:2001 年 3 月在上海证券交易所挂牌上市,证券代码:600363,注册资本 4.43 亿元。

译文:March 2001 listed on the Shanghai Stock Exchange, Securities Code:600363, registered capital is 443 million yuan.

分析:译文明显没有主语,是很容易犯的语法错误。企业的网页外翻也要遵循翻译的基本原则,这里谈到增词译法。即适当增加必要的单词、分句、完整句,从而使得译文在语法、语言形式上合乎译文习惯,使译文与原文不仅在内容、形式更在精神方面与原文对等。

改译:March 2001 our company listed on the Shanghai Stock Exchange, Securities Code:600363, registered capital is 443 million yuan.

#### 3.2 单词拼写错误

隐性模因的规范原则要求企业网站翻译要从访问者的角度去考虑,避免出现拼写错误,大小写不分等问题。此类错误非常显而易见,极易给人造成不佳印象。该错误和翻译功底没有直接联系,究其原因还是译者在翻译及校正时不够仔细,稍加注意还是可

以避免的。我们以几家江西企业网站的拼写为例。

例如,在江西联创光电网站英文版中有这样一句话“Jiangxi Lainchuang Optoelectronic Technology Co.,Ltd.was established in June 1999”,其中一处明显错误就是拼写错误。江西联创的拼音应是 Jiangxi Lianchuang,但文中却是 Lainchuang,开篇第一句话就会给读者造成不够谨慎的印象。又如另一家江西企业章源钨业网站中的“With this borad prospects.”“广阔”的正确拼写应该是“broad”,而网站中所使用的单词却是不存在的。

### 3.3 文化误译

由于各国文化差异和翻译者自身水平有限,在进行企业网站外宣的过程中难免会有误译。很多外宣翻译的问题都涉及文化层面,因此在对企业网站进行翻译时,要着重考虑受众的文化背景。而江西省的很多大型企业网站不清楚其信息的目标读者,产生了文化误译。例如放眼网站首页,看到的是企业的各种称号和标志,冗长的企业荣誉报道等,其实访问者不会去关心这些不必要的内容。在翻译这些内容时,简要的说明重点即可。请看江西三川智慧公司企业网站上的一段话:

例 3: 公司营销网络遍布全国各地,并在国内十一个中心城市设立了营销办事处,能够有效地贴近市场、服务客户。公司产品先后荣获中国名牌、建设部推广产品、全国用户满意产品、国家免检、中国水协推荐产品称号,在行业内具有较高的美誉度和品牌知名度。

原译:Products have got titles successively as Chinese Famous Brand,National Inspection Exemption,National Customers satisfied Product,Ministry of Construction Popularizing Product and Water Association Popularizing Product.The registered trade mark “San Chuan Brand” is the only Chinese Famous Brand cognized by the State Administration For Industry and Commerce in domestic water meter industry.

分析:译文同原文一样,将企业奖项如数家珍,意在告诉读者该企业很优秀。然而,由于文化背景的差异,大多数海外客户并不知晓这些奖项的具体所指。直译反而会让顾客因为这些多余的文字觉得企业作风拖沓,效率低下,无法达到预期的宣传效果。同时,这也违背了翻译模因论中重点突出的原则。这些内容能简化则应简化,仅需表达出这些奖项的含义,即产品享有高质量,企业拥有高管理水平。

建议改为:San Chuan has received dozen of honorary and professional titles conferred by national and provincial and city authority due to its high- quality products,advanced management,and outstanding profits.

### 3.4 用词不当

作为模因的生存机器,翻译使模因打破了时空、语言和文化的障碍,成为源语模因的重要传播者。中、英文并不是同一语系中的语言,有时候字面上直译过来的意思在文中并不适用,因此要遵循显性模因的灵活性原则,对源语进行传播时,选择恰当的表达方式。在研究江西华意压缩企业网站时,就发现了这类错误。

例 4: 公司制造的压缩机各项技术指标均达到国际先进水平。

译文:All the performance and technical specification of the products achieve the international advanced level, and the products have got the approvals of CE,VDE,UL and CCC.

分析:文中“达到先进水平”使用了“achieve”,这是不对等的。根据英语的表达习惯,此处用“reach”更为恰当。

### 3.5 机器翻译痕迹

按目前的水平,机器翻译绝无可能取代人工翻译,因为译出来的文章比较生硬,有些翻译会“套译”原文,难以正确传达原文意思。机器翻译有悖于隐性模因的灵活原则,会阻碍模因对企业文化的高效传播,甚至会给企业造成负面影响。

让我们以江西华意压缩企业网站为例:

原文:主要生产适用于 R600a,R134a 环保制冷工质的高效、超高效冰箱压缩机。

译文 :Mainly producing high efficient 、 super-efficient compressor which make use of R600a, R134a, R404A, R209environmental refrigerant.

分析:该句翻译能明显让人感觉是直译过来的。虽然中文表达中省略了主语,英文直接套译会让外国顾客一头雾水,很难给他们带来最佳体验。

### 3.6 文本不当

除了以上分析调查的几家江西企业网站,我们还研究了另外几家大型企业的网站外翻,但发现像江西铜业、江铃汽车和煌上煌等大型企业的外翻并不是很健全。作为企业的领头羊,江铃汽车官网首页没有英文版的入口,而江西铜业网站的英文版,点进去就是 114 的首页,甚至有些企业点进去是死链接。从模因传播理论角度看,企业应该考虑到服务对象是谁,如何做才能让显性模因、正面的隐性模因尽可能地传播给更多的潜在客户,同时要避免负面的隐性模因的传播。而部分江西企业甚至没有好好利用外宣翻译这一工具,完全没达到传播源语思想,提高企业效益的目的。

## 4 结语

在模因论视角下,网站模因又分为两种:显性模因和隐性模因。依据显性模因和隐性模因所要遵循的原则,笔者简要的分析了部分江西省企业网站外宣翻译中存在的错误。江西企业网站上出现的大量误译所造成的负面影响值得关注,毕竟在互联网时代全球任何角落都能获取到公司的宣传资料,企业网站外宣翻译与企业形象息息相关,影响着企业能够成功的“走出去”。

笔者认为企业网站翻译改进应从以下几方面着手:首先,网站翻译作为专业性翻译,必然要求翻译工作者自身水平应达到翻译标准。翻译工作者应理性对待网页翻译工作,一方面不断提升自身翻译水平,避免在翻译时出现诸如拼写、大小写等低级错误,另一方面要拓展自己的知识面,汲取文化常识,善百科,早日做一名合格的翻译工作者。其次,网站是对外宣传的“正装”,企业想“走出去”,就应足够重视翻译工作。企业应当雇佣合格的翻译工作者,加大力度完善企业网站翻译工作,杜绝敷衍了事的态度,避免企业对内形象与对外形象因翻译而天差地别。只有企业重视与高水平的译者相结合,才能完美推动企业网站翻译工作,准确地对外宣传企业文化,扩大公司业务。

### 参考文献:

[1] Dawkins,R.The Selfish Gene[M].New York:Oxford University Press,1976.

[2] 何自然.语言中的模因[J].语言科学,2005,(6):58-60.

[3] 潘小波.模因论关照下的企业网站翻译质量评估原则探讨[J].湖南第一师范学院学报,2011,(1):18-20.

[4] 陈琳霞. 广告语言中的模因[J]. 外语教学, 2006, (04).

[5] 尹丕安. 模因论与翻译的归化和异化[J]. 西安外国语学院学报, 2006, (01).