

本地化产业中的翻译工作者素质要求再探

马文丽

(武汉理工大学外国语学院, 湖北 武汉 430000)

[摘要] 本文探讨了在本地化背景下翻译工作者的新形象。本地化产业将翻译纳入了全球化进程,它在给翻译带来巨大变化的同时也给从事翻译活动的主体——译者带来了变化。为满足行业需求,效率、市场、团队三种意识成为涉足本地化领域的译者提高自身素质和服务质量不得不考虑的因素;同时,本地化使译者参与性加强,地位得以提高,并使他们拥有了更大的发展空间。

[关键词] 本地化;译者;翻译

[中图分类号] H059

[文献标识码] A

[文章编号] 1003-6121(2007)06-0076-03

始于20世纪80年代初的本地化产业将翻译纳入了全球化进程,它对翻译的影响有目共睹:翻译数量猛增、翻译工具推陈出新、翻译策略发生转移、翻译形式多样化及过程复杂化、翻译运作产业化……,不可避免地,本地化还为翻译的主体——译者带来了变化。当今的译者要同时面对传统与数字媒体,有了新的工作空间,工作方式也发生改变,更重要的是,顺应本地化产业的要求,“翻译能力”被重新定位,“译者素质”也被赋予新的内涵,同时译者的身份地位也在悄悄发生改变。与传统的译者相比,处在本地化背景下的译者需要强化几种意识,即效率、市场、团队,这三种意识成为译者提高自身素质和服务质量不得不考虑的因素;而且,与传统的译者相比,从事本地化服务的译者角色多样化,译者的地位也因翻译成为一种增值服务而被提高,并拥有了更大的发展空间。

一、“译者素质”新要求

本地化产业标准协会(The Localization Industry Standards Association)将“本地化”定义为,“本地化就是针对产品的使用和销售地对产品进行语言、技术与文化的同化(Somera 73)。”因此,在本地化产业里,虽然译者的工作主要还是负责语言的转换,即翻译,但因为此时的翻译针对的是产品,面对的是市场,翻译所处的背景已与过去大不相同。为满足本地化的行业需求,涉足本领域的翻译工作者除了应具有扎实的双语技能之外,还需要培养几种意识。

1. “效率”意识

对于产品开发者而言,本地化意味着高额的翻译费用与延长的市场投放时间。为了在激烈的市场竞争中立于不败之地,当一个产品还处于研发阶段的时候翻译往往就开始了,很多公司更是谋求 SIMSHIP,即网站建立,市场开发与多语言文献支持同时进行,因此,各个公司纷纷寻求在保证高质量工作的前提下既便宜又省时的译者或译者机构,而要达到这一要求的一个有效办法就是借助技术,即翻译工具的帮助。为求“效率”,译者应该做到以下几点:

首先,能熟练运用常见的实用技术,例如,建立设计合理的译者数据库,并运用数据库分析软件帮助管理、分析数据,争取在译文风格、格式、术语与措词等方面提供最大参考价值;有效运用术语管理系统,完成术语的记录、检索与更新,保证译术术语使用的连贯性,提高语言质量,减少翻译时间;启用翻译记忆系统,最大限度地对以前的译文进行再利用,从而避免重复劳动,缩短翻译时间。

其次,要密切关注翻译工具发展新动向。翻译工具更新换代之迅速有时会让译者目不暇接,但讲究工作效率的译者应时刻关注其新动向,并从中寻找出有价值的东西,例如,一些复杂的网站会有一些不需要翻译的材料,一种新研制的翻译软件 OPENTAG 就能充当过滤器的作用,自动筛选,只向译者提供需要翻译的文本,掌握了它,就会大大提高工作效率。从某种程度说,不断学习新翻译工具的使用是本地化领域译者的一门必修课。

仅仅做到这两点还不够,因为翻译工具的实际操作比以上谈到的要复杂得多,如果运用不合理,往往得不偿失,不仅会延误翻译时间,还会无端提高翻译成本。因此,译者面临的一个挑战就是权衡投入和产出,在使用翻译工具时做到扬长避短。这项工作也可在一些软件的帮助下完成,如专门的诊断工具,或翻译路由器,它们能提供一些数据和资料,帮助译者或翻译项目经理决定文献到底该由纯人工翻译,还是计算机辅助的人工翻译,或纯机器翻译,如需翻译工具,哪种工具最适合这个文献。当然真正作决策的还是人,译者需要对翻译时间、费用及质量进行综合评估,使决策更趋合理,这时译者对翻译工具的全面了解和和使用经验就显得非常重要。

2. “市场”意识

“市场”意识首先是指译者要考虑本地化产品的市场前景,具体表现为“读者”意识。从表面上看,“读者”意识并不是什么新内容,传统的翻译也常提到读者的接收效果问题,著名的有奈达的动态对等理论,但本地化的特殊使命使翻

[收稿日期] 2006-11-05

[作者简介] 马文丽,武汉理工大学外国语学院副教授,博士在读,研究方向:翻译与跨文化传播。

译与广告制作相似,读者群就是消费者与客户。与传播异域文化、科技为目的的传统翻译不同,本地化对读者的“及时接受”提出了要求,需要读者对信息进行快速识别与消化,因为只有这样才会有对产品的快速认同与反应,因此,本地化的特殊使命决定了翻译是以目标文化为中心的,读者群的年龄、教育水平、阅读习惯以及消费心理都是译者在翻译时应考虑的因素。同时翻译还要做到用户友好,例如,在软件本地化项目里,目标文化的所有特点都应溶进最后的成品中,如字符集、货币、页面大小、地址格式、风俗、日历及时间格式、图像或其它视觉因素,而且译文本身要有连贯性,术语要标准化,少用缩略语、行话等。在进行翻译活动时,在翻译策略的取舍上要有不同的侧重。出于实用的考虑,译文的功效成为首要,译者不得不以更灵活的态度对待翻译活动,经常会对译文进行适当的改动,这种情况在多媒体产品本地化中更为常见,并被称之为“符号转换过程”(code-shifting process)。

除了要考虑本地化产品的市场效果外,“市场”意识还包括译者要为自己寻找市场。一旦进入本地化产业领域,译者就溶进了市场竞争机制,译者本人就要接受优胜劣汰的市场考验。一方面,译者要了解翻译市场供求状况,将市场需求纳入自己的专业能力培养之中。尽管一些本地化公司有专门负责技术方面的CAT(计算机辅助翻译)软件专家和桌面发布操作者,然而许多译者本人就能兼顾这两方面的任务,他们自己负责起草TM(翻译记忆)文件,管理TM数据库,自己确定翻译文件的格式或编辑图像,为打印件提供页面描述文件或网上使用的PDF文件,这样能身兼数职的译者往往具有不可替代的作用,具有较大的市场潜力与发展空间。另一方面,译者要利用互联网的优势加强对外联络,从中了解本领域最新动态、翻译工具、产业消息等。自由译者还可通过互联网与所谓的“电子经纪人”联系业务,或与客户直接联系。

3. “团队”意识

从事本地化服务的一般是一支由管理人员、译者和技术人员组成的团队。本地化项目一般工程浩大,时间紧迫,在“最后期限”内高质量完成任务成为所有团队成员的共同目标。由于数量多、时间紧,本地化过程不得不采用更流程化的企业运营模式,将项目管理、质量管理,以及整个制作过程都纳入良好的管理之中。翻译运作也自然被产业化,其中一个最明显的特征就是翻译溶进了项目开发的初始阶段,译者参与文献起草过程。译者要熟悉客户的全球化进程及语言与内容管理体系,学会使用本公司专用的控制语言,保证其翻译输出可以在将来启用本公司的翻译记忆系统。

流程化的管理使本地化项目的许多工作依赖于前(几)项工作的完成。译者的工作涉及到与其他同事的密切合作,并接受管理部门对其工作进度的监控。同时译者还要严格保证翻译质量,遵守部门有关规定,并对原文内容严格保密。由于本地化工程量大,工作严格流程化,译者之间的工作也要保持一致,例如,译者甲翻译软件内容,而译者乙翻译其网上服务文件时,由译者乙翻译的运行软件的所有内容要与译者甲的软件译文相配。

早在1989年,美国圣经协会的“新媒体翻译项目”就发现既合作又相对独立的最佳工作方式就是通过互联网联系,他们建立了一个“网上电子团体”,通过网络发布、分享信息,建立合作、监督机制,丰富译者资源。在这方面,很多本地化机构已有许多成功的尝试,很有借鉴意义。例如,在ATO(一个专为Amiga产品提供翻译服务的机构)的语言部门,成员编有自己的“新、难、专业”字典和指南,共同问题都在网上发布,大大提高了部门译者与校对人员的工作效率。这一切都需要团队成员的共同努力来完成。努力的结果是不言而喻的,一个极具战斗力的团队和高效的本地化过程,最终是客户经济效益的增长和本地化公司声誉的提高。

二、译者身份的变化

1. 参与性加强

从以上有关本地化产业对译者提出的新要求中可以看出,涉及本地化领域的译者活动已发生了大的改变。传统的翻译往往只涉及一种语言到另一种语言的转换,与之相关的翻译活动只包括术语研究、编辑、校对和版面设计,而本地化却涉及到很多传统的翻译不曾有的活动,例如,翻译工具的选择与使用、多语言项目管理、软件与网上帮助工程与检测、翻译文献的格式转换、翻译策略咨询等。虽然译者不一定参与所有的活动,但译者工作内容增多、难度加大已是不争的事实。多媒体产品本地化的任务更复杂,例如,将一个无声的文学作品译入多媒体形式(美国圣经协会的“新媒体翻译项目”首先开河)意味着:寻找新文本、录音、翻译、编辑、声音合成、时刻关注“原文”与“译文”之间的对照并存入不同的文档等。在整个过程中,译者不仅要对本体的语言符号负责,同时还要负责与文本相关的声音、视觉特征,需要启用不同学科领域的先进工具与方法,对本体的语言特征(linguistic properties)、语外特征(extralinguistic properties)、及副语言特征(paralinguistic properties)进行分析与翻译。

软件、多媒体、网络的本地化使译者进入不同的领域,参与五花八门的本地化过程,其翻译活动也因此而带有不同的行业特点,但无论译者从事的是哪一领域的翻译活动,他们的工作都有一个共同点,即在本地化产业中,译者的参与性大大增强。

2. 地位提高

从软件、网络、多媒体的本地化特征可以看出,当今的本地化产业往往根植于数字媒体,这就意味着本地化过程会有很多工程的投入,使其背景下的翻译显示不同于传统翻译的特征。经过本地化后的产品明显增值,通过生产与质量监控,翻译被量化、流程化,新型的运营模式,如内容管理将翻译溶进了项目开发的始初阶段。翻译不再被看作是事后行为或孤立的的活动,翻译能否按时完成、完成的质量好坏直接影响到整个本地化进程与效果。因此,本地化显示出翻译的重要性,并将译者推向了产业发展的前沿阵地,同时也使译者地位得以提高。鉴于翻译已成一种增值服务,有人提出重新考虑翻译的计费问题,建议计费与产品本地化后的市场销售额挂钩,这也从一个方面反映出人们对译者工作的认同与译者地位的提高。

3. 更大的发展空间

本地化不仅使译者的参与性增强,工作更具有挑战性,同时也给译者提供了更大的发展空间。具体来说,译者拥有了进入本地化公司管理阶层的时机。从事本地化项目开发的核心团队一般由以下人员组成:项目经理、本地化工程师、语言经理、译者和其他工作人员。译者凭借良好的业绩和个人素质可以顺理成章地当上语言经理,或负责整个项目进度和质量的项目经理。语言经理是整个翻译过程的主要负责人,负责招收语言部门的新成员,组建译者团队,他需要学习翻译方法,研究翻译过程,监控成员的翻译质量,还负责对消费者的反馈做出相应反应,并对机构的有效运行出谋划策。许多译者成为本地化领域的专家,他们不仅熟悉各种计算语言,而且深谙本地化产业的各个环节,有的成为语言产业专家,在本地化公司为客户提供多方面全方位语言解决方案,成为当今市场开拓领域不可多得的人才,有的建立了自己的以本地化服务为主的翻译公司,具有极大的竞争优势。

本地化背景下的翻译工作者面临着诸多挑战与机遇。一方面,激烈的市场竞争和包罗万象的本地化过程对译者的素质和能力提出了更高的要求,译者在不断完善自己双语能力的同时,需要熟悉并创造性地使用各种翻译软件,提高自己的工作效率,心中要时刻装着用户与市场,了解读者群的各项背景,最大限度地剔除接收障碍,同时还要武装自

己,以适应市场的需求,向市场推销自己;要树立为项目、团队服务的理念,并能与团队其他成员达成良好的合作,以项目的顺利完成为己任;另一方面,译者的工作内容增多,难度加大,加之有工程的投入,翻译变成一种增值服务,译者的地位得以提高,发展空间大大拓展,译者有望进入本地化服务的管理阶层,肩负提高翻译,甚至是本地化服务的管理任务,因此,在本地化背景下,译者不再仅仅是“译者”的身份。

[参考文献]

- [1]Esselink, Bert. A Practical Guide to Localization. Amsterdam and Philadelphia, John Benjamins, 2000.
- [2]Gambier, Yves. (Multi)media translation, concepts, practices, and research Philadelphia; J. Benjamins, 2001.
- [3]Nirenburg, Sergei. Readings in machine translation. Boston, MIT Press, 2003.
- [4]O' Hagan, Minako & Ashworth David. Translation—mediated Communication in a Digital World. Toronto, Multilingual Matters LTD 2002.
- [5]Olohan, Maeve. Introducing corpora in translation studies London, Routledge, 2004.
- [6]Somers, H. L. Computers and translation, a translator's guide Philadelphia, John Benjamins Pub. 2003.

[责任编辑]心安

Abstract: This essay approaches the new image of translation in the context of localization, when translation is involved in globalization, which brings about various changes in translation, including the change taking place in translators. To meet the demand of localization for translation, translators in localization industry should develop the consciousness of "efficiency, market, and team"; while localization makes translating work more challenging, it improves the status of translators and provides more opportunities for translators.

Key words: localization; translator; translation

本地化产业中的翻译工作者素质要求再探

作者: [马文丽](#)
 作者单位: [武汉理工大学外国语学院, 湖北, 武汉, 430000](#)
 刊名: [牡丹江师范学院学报\(哲学社会科学版\)](#)
 英文刊名: [JOURNAL OF MUDANJIANG TEACHERS COLLEGE\(PHILOSOPHY AND SOCIAL SCIENCES EDITION\)](#)
 年, 卷(期): 2007, (6)
 引用次数: 0次

参考文献(6条)

1. [Esselink Bert](#) [A Practical Guide to Localization](#) 2000
2. [Gambier Yves](#) [\(Multi\)media translation:concepts,practices,and research](#) 2001
3. [Nirenburg Sergei](#) [Readings in machine translation](#) 2003
4. [O'Hagan Minako, Ashworth David](#) [Translation-mediated Communication in a Digital World](#) 2002
5. [Olohan Maeve](#) [Introducing corpora in translation studies](#) 2004
6. [Somers H L](#) [Computers and translation:a translator's guide](#) 2003

相似文献(4条)

1. 学位论文 [王健](#) [从目的论的角度分析英文产品说明书的翻译](#) 2007

随着国际经济的一体化,国际贸易和跨国公司飞速发展。中国加入世界贸易组织几年来,国内市场逐步开发,越来越多的产品进入了中国市场,满足了国内消费者多方面的需求。在此过程中,作为产品重要附件之一的说明书引起了人们越来越多的关注。焦点就集中在产品说明书的翻译质量上。译文准确、明了、符合国人习惯的说明书不仅可以使消费者迅速掌握产品使用方法和注意事项,而且可以增加消费者对于产品的好感和满意度,提升企业形象;反之,译制粗糙、晦涩难懂、未做好本地化工作的说明书只会降低消费者的满意度,损毁企业形象。近年来,鉴于说明书的重要性被人们所认识,越来越多的企业开始重视产品说明书的译制工作。

与企业的认识相反,作为翻译学的一部分的说明书的翻译研究在国内一直未获重视。许多翻译家将其归入科技翻译的一个分支,对其论述一笔带过;而且这些研究多以经验为基础,侧重于译例的描述,缺乏整体性,没有融入当前翻译理论知识,缺乏理论性和普遍指导意义。无可否认说明书的翻译隶属于科技翻译,但它拥有自己的语言和文本特点,值得深入系统地加以研究。本文另辟蹊径,尝试从功能翻译理论的目的论出发,探讨英文产品说明书的翻译。功能派翻译理论以翻译整体目的为导向,其核心理论“目的论”主要法则有三,按重要性递减依次为“目的法则”、“连贯法则”和“忠实法则”。这三个法则解决了翻译策略以及方法间的对立矛盾,解放了译者,使译者可以根据翻译目的选择不同的翻译策略和方法。作为一种实用文体,说明书有很强的目的性和功能性,适用于功能翻译的原则和方法。说明书的翻译目的,就是要实现原文的写作目的,使目的语受众在阅读说明书后获得与原语受众相同的感受。

根据目的论的翻译原则,结合说明书的语言和文本特点,作者选择了“功能对等法”作为说明书的翻译策略。然后提出了说明书翻译的三点原则:1)实现原文的预定目的;2)忠实于原文;3)做好本地化工作。为了实现该翻译策略和原则,作者提出了三种翻译方法:直译、意译和本地化翻译。并通过例子加以验证。最后作者希望本文所探讨的翻译策略、原则和方法可以为说明书翻译提供理论依据和支持,并对说明书翻译者的工作有所帮助。

2. 期刊论文 [张燕清, 金鑫](#) [计算机辅助翻译:翻译者的新技术—技术与创新管理](#) 2009, 30(6)

随着中国越来越融入国际经济体系,翻译市场的需求总量迅猛增长。计算机辅助翻译技术在翻译领域的应用大大提高了翻译的效率,翻译软件广泛应用于多语翻译和软件本地化行业中。本文从翻译市场的需求、当前的大中型翻译机构要求掌握了计算机辅助翻译技术的专职和兼职译员加盟、国内大学翻译专业尚无开设CAT技术课程等方面阐述了CAT技术教学进入翻译课程体系设置的必要性。

3. 期刊论文 [马文丽, 王利明, MA Wenli, WANG Liming](#) [网络本地化与新语言支持—中国科技翻译](#) 2005, 18(4)

本文探讨翻译在网络本地化背景下的新语言支持现象。由于本地化赋予翻译新的使命,新语言支持打破了传统翻译中内容与形式的固有关系,翻译对服务对象对象的干涉性加强,翻译策略的侧重点发生转移,借助系统的语言管理,先进的IT技术,语言工程,全球化运作,新语言支持不仅使翻译上升为一种增值服务,而且还发展成影响企业全球化进程的一个系统工程,同时也给译者、翻译质量评估等方面带来了变化。

4. 学位论文 [周文](#) [基于句法和语义的英汉翻译记忆系统的研究与实现](#) 2007

在专业翻译领域和本地化市场,由于机器翻译的译文质量难以满足实际需求,因此绝大部分商业化的翻译产品都采用计算机辅助翻译技术—翻译记忆。翻译记忆针对语言学的复杂性与多变性,充分利用数据库的强大功能,从而提高已有翻译资料的复用,因此在资料重复度很高的专业翻译领域使用此技术,能大量消除译者的重复劳动,避免相同的句子出现多种翻译结果,极大地提高工作效率。本文围绕翻译记忆系统的关键技术做了如下相关工作:

在分析几种常用的语句相似度计算方法后,提出基于句法和语义的英语句子相似度的算法。此算法针对英汉翻译记忆系统的需要,考虑了句子结构和语义两方面。在句子结构方面,采用Link Grammar Parser获得句子的浅层句法分析结果,提出句子结构比较算法,在句子结构一致的基础上再进行语义的相似计算。语义的相似计算通过基于WordNet的英语词组的相似度算法进行衡量。设计基于句法和语义的英语句子相似度算法的

记忆库,同时研究记忆库的管理及检索方法,并用SQL Sever 2000数据库建立相应的翻译记忆库。此外,在本文设计的记忆库和基于句法和语义的英语句子相似度算法的基础上,讨论了翻译记忆系统中译文的构造方法。开发基于句法和语义的翻译记忆实验平台。此实验平台根据基于句法和语义的英语句子相似度算法计算的相似度,对记忆库中的翻译信息进行不同的处理来进行翻译。最后通过Navigator 7.0技术手册的翻译考察其使用效果,实验结果表明:已翻译资料的复用率达到45%以上,翻译的速度提高35%左右,极大地节约了翻译时间。

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_mdjsfxyxb-zxshkxb200706028.aspx

下载时间: 2010年2月11日