

《实用文体翻译》 参考答案

上海交通大学出版社
2012年4月

第一章

一、选择你认为最佳的翻译，并阐述理由

1. B

由于英语的词义内涵与相对应的汉语的语义内涵不相等，不能按照 A 直译。

2. B

主要是中西方的思维方式不同。

3. A

B 是文学翻译，作为公交上的语音报站应用翻译，不宜选用文学色彩浓厚的古英语词汇。

4. A

经过改译，同样实现了吸引读者注意力的功能。

5. A

由于文化差异，进行改译。

6. B

公示语翻译，重在功能。

7. B

增词翻译，凸显汉语新闻标题的特征

8. A

减词翻译，省略英语新闻标题中的次要信息。

9. A

汉语广告译文充分考虑中国受众的饮食文化与习惯

10. B

这是报道雅典奥运会的一则新闻标题：在雅典奥运会开始的前几天，赛场观众寥寥无几。在一场网球比赛时，8000 多人的体育场只坐了 500 人。不过运动员显得颇有风度，在接受记者采访时，他们表示对此并不介意。原文两行标题结尾处用了由两个 f 开头的单词 fans（球迷）和 fret（烦恼），构成了英语中常用的头韵修辞手法，读起来很有节奏感。汉语没有这种修辞方式，但译文通过押韵加叠词的手段，用“人气”和“生气”这两个词，在相当程度上体现出了原文的风韵。

二、下列词语涉及中国特有的政治、经济、文化、社会等，死译或硬译不利于对外宣传，改进下列中国特色词的翻译

1. development of socialist democracy, economic development and cultural progress
2. pay equal attention to economic development and social progress
3. with inflation taken into account
4. smuggling and tax fraud
5. popular democracy; people's democratic rule
6. a code of conduct comprising eight do's and eight don'ts
7. the Chinese Communist Party's political philosophy summarized as "the Important of Three Represents"
8. a call on China's armed forces to be hard-working and combatant
9. problems facing China's rural areas, agriculture and rural population
10. promoting both economic development and cultural(social) progress
11. a national program approved by the central authorities in March 1986 for high-tech development

12. Project 211, a national program that calls for giving priority to development of around 100 key schools of higher learning and a number of key laboratories that suit China's development needs in the 21st century.

三、翻译下列短语与句子，注意文化内涵与修辞手法

1. A friend in need is a friend indeed.
2. Economic recession looms, but education booms.
3. He rose from zero to hero overnight.
4. Heavenly Stems——used as serial numbers and also in combination with the twelve Earthly Branches to designate years, months, days and hours.
5. quyi——general term for folk arts such as ballad singing, clapper talks, cross talk, etc.
6. Self-discipline and Social Commitment
7. Loyalty, Credibility, Sincerity
8. 战争一响，真话光光

四、从对外传播的视角，对下列短语与句子的汉语翻译做必要的注释

1. 全国人大
The National People's Congress(NPC), the Chinese parliament (or China's highest legislature)
2. 国务院
The State Council, China's central government(or the Chinese cabinet)
3. 中国人民政治协商会议
The Chinese People's Political Consultative Conference(CPPCC), China's highest consulting body
4. 人民日报
The People's Daily, organ of the Central Committee of the Chinese Communist Party
5. 新华社
Xinhua News Agency, China's state news agency
6. 清朝
The Qing Dynasty(1644-1911), China's last feudal dynasty
7. 戊戌变法
the bourgeois reform movement of 1898
8. 五四运动
the May 4 Movement of 1919 against imperialism and feudalism
9. 秦始皇
Emperor Shi Huang of Qin Dynasty(259-210BC), who unified China in the year 221 BC and became China's first emperor
10. 河南
Henan, central China, the country's most populous province
11. 海尔集团
Haier Group, China's leading producer of domestic appliances
12. 清明节
The Qing Ming Festival, which falls on April 4 or 5, is the traditional occasion for visiting relatives' graves

五、讨论题

如何正确认识应用翻译中的“不忠”？

(略)

第二章

一、选择你认为最佳的商标品牌译名，并阐述理由

1-10 ACABD CB (C) AAB

1. A 是该款车的旧译名，现在公司推出的新译名是 B。就二者比较，我们还是认为 A 译名胜过 B，原因是前者不但音美，而且意也美。
5. Band-Aid 品牌，虽然其汉语注册商标为“邦迪”，但是中国消费者都是以“邦迪”称之。原因很简单，“迪”与“迪”同音同义，前者是后者的繁体，作为商标品牌名，消费者自然会选择简单易记的“迪”，而非“迪”。这一例证也充分说明，商标品牌名一定要力求易读、易听、易记、易传。
7. 我们认为用音译法翻译中华老字号保留音美，有利于老字号的对外传播，同时能保留老字号的文化内涵不被“误读”。
9. belle 是法语，beau 的阴性形式，意思是“漂亮的”。
10. acer 源于拉丁字，意为鲜明的、活泼的、有洞察力的、敏锐的与有活力的，而 acer 也源于英语 ace（王牌）一词，指极优秀的人物，这些特质都是宏基所追求的。更重要的是，与 Multitech 相比，acer 不仅寓意深刻，而且易读、易记，利于传播。

二、从审美、文化、翻译方法、市场营销等方面评析下列商标品牌名的翻译

1. 采用音意合译法将 Goldlion 中的 gold 意译为“金”，lion 音译为“利来”，再合而为一，便成了今天的“金利来”。汉语品牌名的改译，既不失原来“金狮”的王气，又蕴涵“金利滚滚而来”的佳兆，无论是“金”字，还是“利来”二字，都具有吉祥之意，满足了消费者向往吉利的心理。汉语译名如同英语名一样响亮，雅俗咸宜。
6. 译文与原汉语商标品牌名的读音相近，但不是完全的汉语拼音“HaiXin”，而选择了英语中有意义的 high sense 来彰显品牌特性，high sense 是“高灵敏、高清晰”的意思，这非常符合其产品特性。同时，high sense 又可译为“高远的见识”，无疑是在彰显商家具有远见卓识。
8. Reeb 是由英语 beer（啤酒）变换字母次序而来，一经点破，让人回味无穷，也就能轻易记诵。

三、翻译下列商标品牌名

1. Seven-up（饮料） 七喜
2. L'Oreal（化妆品） 欧莱雅
3. MAZDA（汽车） 马自达
4. HP（电脑） 惠普
5. Bausch & Lomb（隐形眼镜） 博士伦
6. 青岛（啤酒） Tsingtao
7. 海尔（家电） Haier
8. 美加净（护肤品） MAXAM
9. 蓝带（啤酒） Blue Ribbon
10. 鄂尔多斯（羊绒服饰） Erdos

四、根据下列《字号诗》，组合出你所熟悉的中华老字号，并简要介绍这些老字号中与其命名相关的丰富文化内涵

1. 全聚德

“全聚德”的文化内涵正是“全而无缺、聚而不散、仁德至上”。

2. 瑞蚨祥

“瑞蚨祥”绸布店店名的来历与“青蚨还钱”这一典故有关。“蚨”是古代传说中一种形似蝉的昆虫。晋代《搜神记》卷十三记载，“青蚨生子必依草叶……取其子，母必飞回，不以远近……以母血涂钱八十一文，以子血涂钱八十一文，每市物或先用母钱或先用子钱，皆复飞归，轮转无已。”这里说的是钱用完了又能飞回的故事。因此当年老板取店名“瑞蚨祥”就是借“祥瑞”的吉祥之寓意。

3. 月盛斋

“月盛斋”的寓意是“月月兴盛”。

(以上仅作参考与启迪)

五、找出文中提到的商标品牌名，并将之翻译成汉语

Lamborghini (汽车) 兰博基尼
Pepsodent (牙膏) 白斯顿
Pierre Cardin (服饰) 皮尔·卡丹
Rolex (手表) 劳力士
LV (包) (全称 Louis Vuitton) 路易·威登
Parker (钢笔) 派克
American Express (信用卡) 美国运通卡
MasterCard (信用卡) 万事达卡
Marlboro (香烟) 万宝路
Channel (香水) 香奈尔
Leonardo (皮鞋) 老人头
Clarins (洗发水) 娇韵诗

六、对下列商标品牌名的构成进行分类，并将之翻译成汉语

(一) 源于创始人或发明人的姓氏

Goodyear 固特异 (轮胎)
Ford 福特 (汽车)
Prada 普拉达 (包)
Patek Philippe 百达翡丽 (手表)
Vidal Sasson 沙宣 (洗头膏)
Gianni Versace 范思哲 (服饰)
Calvin Klein 卡尔文·克莱 (服饰、香水)
Pierre Cardin 皮尔·卡丹 (服饰)
Rolls-Royce 劳斯莱斯 (汽车)
Estee Lauder 雅诗兰黛 (化妆品)

(二) 源于地名

Avène 雅漾 (化妆品)
Evian 依云 (化妆品)
Vichy 薇姿 (化妆品)
LANCÔME 兰蔻 (化妆品)
Longines 浪琴 (手表)

（三）源于普通英语词

Apple 苹果（电脑）
Diamond 钻石（手表）
Crown 皇冠（汽车）
Safeguard 舒肤佳（香皂）
Whisper 护舒宝（妇女卫生用品）
Pamper 帮宝适（纸尿裤）
Extra 益达（口香糖）
Smart 醒目（饮料）
Universal 环球（影业）
Mild Seven 万事发（香烟）

（四）源于臆造词

Biotherm 碧欧泉（化妆品）：Bio，意为皮肤的生命；therm，是指矿物温泉。
Maybelline 美宝莲（化妆品）：芳名“Mabel”和凡士林（Vaseline）的英语拼写组合在一起
Rolex 劳力士（手表）：rol 与 rolling 同音，暗示“运转”之意，而 ex 则暗示产品的品质超群。
Contac 康泰克（药品）：由 continuous action 缩略而成
Cuccess 臣功（药品）：由 success 字母位置变移而来
Kompass 康百世（机械仪器）：由 compass 变异而来
Up2U 由你（化妆品）：由 up to you 缩写并改变 to you 拼写形式而成
Nufarm 新农（农药）：由 new farm 而来

七、翻译下列句子，注意商标品牌名活用为普通名词或动词的用法

1. 我得让人将这份文件复印出来。
2. 今年暑假迈克将开车（驾驶别克车）去纽约。
3. 上美学课前，简先用纸巾纸擤了一下鼻子，擦了一下脸。
4. 最后，他们还是决定买下那辆吉普车。
5. 他们参观上海世博会时（用小型相机）拍了很多照片。
6. 亲爱的，去看戏之前，你最好把胡须染一下颜色。

八、翻译下列短文

（略）

九、讨论题

上海世博会吉祥物“海宝”（Haibao）的英译和 Coca-Cola（可口可乐）的汉译。

2010 年上海世博会吉祥物“海宝”的英语译名“Haibao”。汉语“海宝”音美、意美，寓意“四海之宝”，但英语译名“Haibao”寓意尽失。此外，对外国人来说，英语中 ai 组合一般发/ei/，而不发/ai/，同样 ao 字母组合也不是发/au/音，而是字母组合 ou 常发/au/音。我国国酒“茅台”的英译名是 moutai，而不是 maotai。豆腐的是 tofu，而不是 doufu，都是这个原因。虽然“Haibao”读起来不是诘屈聱牙，但肯定不如中国人叫“海宝”那样朗朗上口。如果将译文改为“Hibo”或“HiBo”，会比原汉语拼音“Haibao”译名更易读易记，而且译文也增补了一些“海宝”所蕴藉的内涵：“Hi”既可以理解为可爱的“海宝”在欢迎

四海嘉宾，在亲切地与各位打招呼，还可以理解为“海宝”是本届高水平、高规格世博会的代言，因为“Hi”谐音“High”。这样的译文既做到了音美，又彰显了意美。

Coca-Cola 的汉语译名“可口可乐”集音、意、形三美为一体的经典商标品牌名翻译。英语商标Coca-Cola运用头韵和尾韵的修辞手法来凸显音美，译文“可口可乐”不但保留了Coca-Cola头韵修辞手法，而且前三个字声母相同，三个响亮的“K”音连在一起，读起铿锵有力，清脆悦耳。Coca-Cola的命名者罗宾逊是一位古典书法家，他认为两个大写C字作商标名非常好看，因此选用了Coca-Cola。译文在保留原商标形美上丝毫不逊色于英语。“可口可乐”四个字不但简单工整，而且四个字中有三个“口”，汉字的表意功能所彰显的形动之美跃然纸上。对于中国消费者来说，“可口可乐”四个字已经远远超出了饮料名称的含义，更多的是传递了精神层面的诉求。购买可口可乐饮料，畅饮可口可乐饮料，已不单单是为饱“口”福，更是解“心”渴。

第三章

一、分析下列广告口号运用的修辞格

1. 反语

这句借用上海方言的“不要太……”的反语表达，突出的是品牌引领时尚的潇洒。在上世纪末，能用借来的6万元钱做出“不要太潇洒”的广告，可可谓“潇洒”之创举。此广告语一播出，就成为上世纪90年代的流行语。

2. 对比

运用广告与品质形成对比，点名新飞冰箱做广告不是在炫耀，突出新飞冰箱的质量，给人以深刻的印象。这句广告语伴随着一代中国人成长，从最初的报刊广播到街知巷闻，从产品匮乏到品牌爆炸的年代，它已不仅仅是一句深入人心的话语，更是一份承诺，打动了无数消费者。以广泛的知名度和持久的影响力入选中国20年流行广告语1992年系列篇之首，在互联网上的点击率名列入选的中国20年流行广告语前茅。

3. 拟人

“神行太保”为《水浒》中人物，传说能日行千里，标榜特快专递速度之快。

4. 对比

20与18进行对比，今年与明年形成对比，两者都是在时间上进行对比。广告语看似有违常理，仔细推敲，其内涵妙不可言。将产品能让人年轻、漂亮的功效凸显出来，迎合消费者的爱美心理。

5. 仿拟

仿拟在中国家喻户晓的歌词，使商品的信息能广泛传播，缩短消费者与商品之间的距离。

6. 引用

引用费翔名曲《冬天里的一把火》，给人耳熟能详的感觉，更让人联想起寒冬腊月一家人围着火炉烤火的情景。这则广告语将电暖器的功能形象地传递给了大众，有效地激发了消费者的购买欲望。

7. 双关

广告语中的“上上下下”有两种理解：一是坐三菱电梯无论是上还是下，都给人安全、舒适之感；其二，三菱电梯让各种不同层次的人都有一种舒服的感受。

8. 谐音双关/变异

乐在骑中是乐在其中的谐音。将成语中的“其”变异为“骑”，一字之变，突出了骑车之快乐和浪漫。

9. 语意双关

领袖是领导之意，这是常见意。但对于一件衣服来说，领袖则指衣领和衣袖。

10. 比喻

鞋子舒服与否，只有试过了才知道。将鞋比喻成母亲的手，旨在彰显该产品对儿童的体贴和呵护。

11. 比喻（明喻）

这则泰国航空公司的广告语用明喻修辞手法，凸显该航空公司的班机飞行平稳，带给乘客舒适的享受。

12. 拟人

将 Interflora 花店的花赋予人的情感，无疑是在招揽顾客驻足购买。“朵朵鲜花向您细说心语”，如此艺术地描述盛开的鲜花，给人无比的亲切感。

13. 夸张

此则广告语是对“万能”(Fix-All)牌水泥胶的品牌性能的夸张宣传,突出其“万能”。消费者都知道其不可能有万种功能,但也不会去质问厂家有欺诈行为,这便是夸张修辞的效果。

14. 头韵、尾韵

其中 My goodness 为口语,表示惊叹。Guinness 是啤酒品牌。Guinness 与 goodness 既是头韵,也是尾韵,音韵和谐,朗朗上口,容易记忆。同时两个感叹句惟妙惟肖地勾勒出人们饮用 Guinness 啤酒时赞不绝口的景象。

15. 头韵

海滨饭店的地理环境,将异国情调渲染得淋漓尽致。运用头韵,具有极强的审美表现力,给人留下非常深刻的印象。

16. 反复

这则品牌广告口号是英美烟草“555”牌香烟的品牌口号。品牌名称显而不露地有机融入广告中,以三个 555 为非凡数字(No ordinary),暗射品牌的卓越。商家想要传达的信息便一目了然:我们不是普通的品牌,我们是非凡的品牌。No ordinary(非凡)重复出现,正是在传递“非凡品牌”这个概念。因此,汉语翻译为“非凡的数字,非凡的口味”也可谓形神皆似。

17. 对偶

这则“味全”食品广告运用了对偶修辞格,四个词,分别两两相对,Once 与 Always 相对,tasted 与 loved 相对,语义简洁,寓意深刻。产品令人“一朝品尝,爱恋不舍”,暗示产品是美味佳肴。

18. 层递

这则交通广告语采用层层递进的修辞手法,给人以深刻印象,一下就会记注广告的主旨。

19. 回文、顶真

这则鞋的广告语采用顶真修辞,突出鞋最为重要的是要合脚(fit),fit 采用顶真的修辞手法出现两次,其吸引力自然很强。前后两个 last 读音相同,但意义不同,是语义双关,前面一个 last 是名词,意思是“鞋楦”,后面一个 last 是动词,意思是“持久”。该广告口号也可以视为广义上的“回文”修辞格或是反复修辞格中的逆转反复。

20. 回文

这则品牌广告口号,采用回文修辞手法,让原本非常简洁的广告语变得非常生动有趣。这种近似文字游戏的广告,无论是正读,还是倒读,意思都一样,意趣顿生。

21. 嵌字

这是 ABSOLUT 酒的品牌广告语。初看还以为是写错了 Absolute,细看原来是将品牌名镶嵌进了广告语中,Absolut 是中古英语的拼写,意思为“完美的,绝对的”,与德语拼写相同,与法语 absolue 稍有差异。这样的修辞手法,也可视为一语双关。镶嵌的品牌名与广告语语义有机地结合在一起,让人在恍然大悟之后,不由得发出惊叹之语。

22. 析字

这则药品的广告语巧妙地选取了几个与药品名 REL 在形或音上有相似点的单词组成，rel 和 relief 都有 rel 音，而 real 与 REL 谐音。英语中的这种文字游戏很像汉语的析字修辞格。这样的广告语凸显了品牌，在视觉上有很大的吸引力，在听觉上也形成了一种悦耳的回音。商家在制作这则品牌广告语时并没有“得形忘意”，而是形、音、意兼备，广告语义与品牌内涵有机结合，“要真的解除病痛，还得靠 REL。”

23. 变异

这则糖豆的广告语，可谓在“形美”上下尽了工夫。What 变异拼写为 wot，目的是为了同 lot 和 got 在外形上统一，突出字母 O，因为字母 O 与糖豆的外形很相象。由于单词之间的空格取消，三个 O 紧紧相连，给人一种“大珠小珠落玉盘”的感觉。不但有夺人眼球的形美，而且还有动人心弦的音美。

二、解析下列广告口号的内涵。

1. 在与可口可乐的竞争中，百事可乐终于找到了突破口，他们从年轻人身上发现市场，把自己定位为新生代的可乐，邀请新生代喜欢的超级歌星作为自己的品牌代言人，终于赢得青年人的青睐。一句广告语明确地传达了品牌的定位，创造了一个市场，这句广告语居功至伟。
2. 20 世纪 60 年代的美国汽车市场是大型车的天下，大众的甲壳虫刚进入美国时根本就没有市场，伯恩巴克再次拯救了大众的甲壳虫，提出“think small”的主张，运用广告的力量，改变了美国人的观念，使美国人认识到小型车的优点。从此，大众的小型汽车就稳稳的执美国汽车市场之牛耳，直到日本汽车进入美国市场。
3. 耐克通过以 Just do it 为主题的系列广告和篮球明星乔丹的明星效应，迅速成为体育用品的第一品牌，而这句广告语正符合青少年一代的心态，要做就做，只要与众不同，只要行动起来。然而，随着乔丹的退役，随着 Just do it 改为“I dream.”，耐克的影响力逐渐势微。
4. “科技以人为本”似乎不是诺基亚最早提出的，但却把这句话的内涵发挥的淋漓尽致，事实证明，诺基亚能够从一个小品牌一跃成为移动电话市场的第一品牌，正是尊崇了这一理念，从产品开发到人才管理，真正体现了以人为本的理念，因此，口号才喊得格外有力，因为言之有物。
5. 证明经典的广告语总是丰富的内涵和优美的语句的结合体，戴比尔斯钻石的这句广告语不仅道出了钻石的真正价值，而且也从另一个层面把爱的价值提升到足够的高度，使人们很容易把钻石与爱情联系起来，这的确是最美妙的感觉。
6. 面对可口可乐和百事可乐在可乐市场上的“垄断”，七喜汽水面临尴尬的处境，但七喜采用逆向思维方法，把自己定位为非可乐碳酸饮料，与可口可乐和百事可乐建立起区隔，却获得意外的成功，成为碳酸饮料市场上第三大品牌。创造性的定位为七喜，创造了一个全新的市场。
7. 金利来的成功除了得益于一个好名字外，还在于其成功的定位，他们把自己的产品定位于成功和有身份的男士，多年来坚持不懈，终于成为男士服装中的精品，而这句广告语则画龙点睛般地准确体现了金利来的定位和核心价值。
8. 飞利浦在家电领域取得的成绩有目共睹，而且成为 500 强中赢利最多的电器集团。然而，飞利浦在广告宣传中除了不断强调自己创新的技术外，还从不忘记谦虚地说一声“让我们做得更好”，这种温柔的叫卖似乎更容易赢得国人的认同，难怪当年的爱多会搬出一个东施效颦版的“我们一直在努力。”
9. 李维斯牛仔是界上最早的牛仔裤品牌，一直以来都以个性化形象出现。打出“不同的酷，

相同的裤”的口号非常迎合年轻人的审美。在年轻一代中，“酷”文化似乎是一种从不过时的文化，李维斯牛仔裤就紧紧抓住这群人的文化特征以不断变化的带有“酷”像的广告出现，以打动那些时尚前沿的新“酷”族，保持品牌新鲜和持久的生产力。

10. 面对可口可乐和百事在可乐市场上的“垄断”，七喜汽水面临尴尬的处境，这时七喜采用逆向思维，把自己定位为非可乐碳酸汽车，与可口可乐和百事可乐建立起区隔，却获得意外的成功，成为碳酸饮料市场上第三大品牌。创造性的定位为七喜创造了一个全新的市场。
11. 国产家用电器一向被认为质低价廉，即使出口也很少打出中国制造的牌子。海尔，中国家电企业的佼佼者，在中国家电工业走向成熟的时候，果断地打出“中国造”的旗号，喊的很有底气，振奋了国人的自信心，增强了民族自豪感。就广告语本身而言，妙就妙在一个“造”上，简洁有力，底气十足。
12. 联通的标志是一个中国结的形象，本身就充满了亲和力。联通的诞生，对于推动中国通讯行业的发展做出了巨大贡献。他们一次次向中国电信发起挑战，以优质的服务和低廉的价格在竞争中逐渐发展壮大。联通把自己的标志和品牌名称自然地融入到广告语中，从外表到精神做到了和谐统一，反映了企业的精神理念。
13. 商务通的崛起是一个奇迹，他们用简单、易用的商务通产品解释了什么叫“科技让你更轻松”，就是用简单的操作，使生活更加有序和便捷，这就是高科技带来的好处。凭借着铺天盖地的广告，商务通品牌创造了一个市场。
14. 当人们的生活品质达到一定高度后，手表就不再是看时间这么单一的用途了，飞亚达用高贵的品质，把自己与身份联系起来，使人们戴上飞亚达手表，更多地感受不凡的气质和惟我独享的尊崇感受。如果有了这种感觉你还会选择其他手表吗？
15. 国内最好的体育用品恐怕非“李宁”莫属了。体育用品是年轻人的天下，你必须塑造独特的品牌个性，才能吸引他们，耐克的成功就是明证。李宁的品牌之路并不一帆风顺，既没有耐克的超级明星，又没有锐步的国际背景。“把精彩留给自己”却也同样符合青少年的心态，谁不希望精彩呢。
16. 当进口红酒蜂拥进入中国市场，以张裕为代表的国产红酒并没有被击退，而是通过塑造百年张裕的品牌形象，丰富了酒文化内涵，使一个拥有传奇品质的民族老字号企业毅然挺立。

三、分析下列广告口号的翻译方法

1. 直译（合译，减译，原文形象的表达变为直接表达，修辞韵文缺失）
2. 直译
3. 四字格，增译
4. 四字格，直译
5. 意译
6. 意译
7. 意译
8. 增译
9. 套译
10. 修辞译
11. 修辞译
12. 套译
13. 侧重译
14. 修辞译

15. 修辞译

四、比较下列广告口号的不同的翻译

(参考书上相关内容)

五、翻译下列广告口号

1. 烟蒂好，烟才好。
2. 路远见英雄。
3. 走路爬山，耐磨经穿。
4. 创意生活。
5. 给电脑一颗奔腾的“芯”。
6. 抿一口，一口灵。
7. 你完工，我开工。
8. 一朝拥有，别无所求。
9. 嗷嗷叫，快加料。
10. 苹果电脑，不同凡“想”。
11. Friendly forever.
12. Your home in Air.
13. Home is where the heart is.
14. *The Globe* guides you around the Globe.
15. Our Choice——Tsingtao Beer.
16. Tsingtao Beer, refresh your life.
17. China Cola, Cool!
18. MAXAM erases years from your skins.

六、比较 Coca Cola 不同时期的广告口号，并将之译成汉语

由于品牌口号是品牌内涵精华的提炼，而且还必须具有广告的审美和诉求功能，因此，商家会随着品牌自身的发展和时代的发展而提出新的品牌口号，因为不同时期的品牌内涵会有所变化，新的元素要加入，不符合时代潮流的元素要摒弃，同样不同时代的消费者的审美观、价值观、消费观等都会有所不同。

1. 请喝可口可乐。
2. 可口可乐——带来精力，使你充满活力。
3. 口渴时的享受。
4. 最易解你渴。
5. 充分享受可口可乐。
6. 可口可乐——伴随美好时光。
7. 这就是可口可乐。
8. 人生品位。

七、运用汉语四字格翻译下列广告常用语

1. 品质优良
2. 用户第一
3. 款式新颖
4. 规格齐全

5. 做工精细
6. 历史悠久
7. 性能优越
8. 质地柔软
9. 用料上乘
10. 美观大方
11. 使用方便
12. 老幼咸宜
13. 驰名中外
14. 色泽鲜艳

八、运用汉语四字格翻译下列广告语中的斜体部分内容

浓郁芬芳，香醇美味，携带方便，居家办公，款待客人，外出旅游，一冲即饮，轻松惬意。

九、翻译下列商品包装上的常用语

1. Date of Manufacture
2. Directions/Suggestions
3. Ready to be served
4. Ingredients
5. Nutritional Information
6. Storage Conditions
7. This Side Up
8. This Side Down
9. Date of Minimum Durability/Shelf time
10. Product with a competitive edge

十、讨论题

比较《环球》(*The Globe*)杂志的品牌广告口号的两种不同翻译。
(参考书上相关内容)

第四章

一、简要阐述下列汉语标语口号的历史背景及内涵

1. 鸦片战争失败后，以魏源为代表的先进知识分子强调学习西方科学技术，反击外来侵略，这句话成为近代中国探索国家出路的先声。
2. 中学为体，即坚持形而上的中国孔孟之道；西学为用，就是采纳形而下的西方科技之器。这句口号为晚清社会传播西方近代文明，推进洋务改革做出了很大贡献。
3. 孙中山先生 1894 年在美国檀香山建立“兴中会”时提出。
4. 1922 年五一节，中国劳动组合书记部召开第一次劳动大会，大会接受了共产党提出的“打倒帝国主义”的口号，此口号成为中国近代史上最具影响力的口号之一。
5. 1925 年 3 月 12 日，孙中山先生与世长辞。他在遗嘱中说：“现在革命尚未成功，凡我同志，务须依照余所著《建国方略》、《建国大纲》、《三民主义》及《第一次全国代表大会宣言》，继续努力，以求贯彻。”
6. 1927 年 8 月 7 日，中央在汉口召开紧急会议，毛泽东在会上做了重要发言，指出党今后“须知政权是由枪杆子中取得的”，这是党对革命认识的重大进步。
7. 1928 年春，毛泽东提出这句响亮的口号，从思想上、工作方法上清除“左倾”机会主义的影响。
8. 1930 年 1 月 5 日，毛泽东写信批评一些同志对时局估量的悲观思想。他引用一句老话：“星星之火，可以燎原”。由此，这句话就成了中国革命力量由弱到强，最终取得彻底胜利的代表性表述。
9. 在抗日战争时期建立的国共合作抗日统一战线中，我党多次强调自力更生的原则，后来这句口号成为中国革命和建设的基本立足点。
10. 1939 年 9 月 8 日，毛泽东在为追悼张思德同志而召开的会议上作了《为人民服务》的演讲，号召以张思德为榜样，坚持人民的利益高于一切，坚持为人民服务。
11. 1943 年 8 月 25 日，《解放日报》发表题为《没有共产党，就没有中国》的社论，后来这个口号中国前加了“新”字，被视作对新民主主义革命真理性认识的高度概括，被用作歌曲的名称，唱遍全国，一直至今。
12. 1946 年 8 月，毛泽东在会见美国记者安娜·路易斯·斯特朗时说：“一切反动派都是纸老虎。看起来，反动派的样子是可怕的，但是实际上并没有什么了不起的力量。”
13. 1949 年 9 月 21 日，在政治协商会议第一届全体会议上，毛泽东发表了《中国人民站起来了》的开幕词，从此，这句话成为表达中华民族获得新生的自豪自信的话语。
14. 1962 年 8 月 15 日雷锋因公殉职。1963 年初，他的优秀事迹被公开报道。3 月 5 日，《人民日报》发表了毛泽东的题词“向雷锋同志学习”，从此影响了几代人。
15. 1963 年底大庆油田开发成功。1964 年 2 月 5 日，中央发出了“工业学大庆”的号召。1964 年 2 月 10 日，《人民日报》刊登了报道，介绍大寨发展农业的先进事迹，后在毛泽东主席“农业学大寨”的号召下，全国形成了“农业学大寨”的高潮。
16. 1962 年 7 月 2 日，在中央书记处召开的农业问题工作会议上，邓小平引述这句话来说明，选取恢复农业的方法，需要实事求是，不要千篇一律。此后广为流传。
17. 1978 年 5 月 11 日《光明日报》发表文章《实践是检验真理的唯一标准》，从理论上根本否定了“两个凡是”。在全党全国引起了强烈反响，一场关于真理标准问题的大讨论迅速展开。
18. 1980 年 8 月 18 日，邓小平发表《党和国家领导制度的改革》的讲话。1979 年 7 月，党中央、国务院决定设立四个经济特区。经过多年的实践，“改革开放是强国之路”成为人们的共识。

19. 1992年1月29日，南行视察途中，邓小平指出：“我们的国家一定要发展，不发展就会受人欺负，发展才是硬道理。”
20. 在纪念改革开放30周年大会上，胡锦涛总书记在讲话中的一句北方方言“不折腾”，在国内国际引发了一场“不折腾”的翻译浪潮。同年12月30日在国务院新闻办的发布会上，现场同声翻译第一次采用汉语拼音“bu zheteng”的直译法。关于“不折腾”的翻译，单就意译就有各种不同译法，其中国学大师季羨林先生提出了他的译法——“no trouble making”，直译为“不找麻烦”；也有人译为“avoid power abused”，理由是“试想没有权力，怎么会折腾？所谓‘折腾’就是权力的滥用”；也有人提出“不折腾”正确译法应为：“No making movement”，意思是避免“劳民伤财”的“运动”；有人认为以上翻译均不正确，都没有理解原义，“不折腾”原义是指：不给百姓增加负担，不给百姓出难题，不能为个人利益而做一些无用的事，建议译成：do not setback for personal interest。但在网上调查得知，最受网友支持的还是“bu zheteng”的拼音译法。大家一致认为，“不折腾”的内涵太丰富了，还是用“bu zheteng”翻译最好，任何的意译都不可能贴切。外国人身在其外，更不是三言两语能解释明白的。在很难找到一种精准贴切的翻译时，就没必要在“不折腾”的英译上继续折腾了。虽说这个汉语拼音短语出现在英语词句中稍显突兀，但如此一来更具有“传播效应”，预留的模糊空间可让译语受众更加积极地解读“bu zheteng”背后的深意。

二、分析下列标语口号中的修辞格

1. 排比，递进
2. 对偶
3. 对比，反问
4. 对偶，排比
5. 拟人
6. 语意和谐音双关
7. 拟人，双关
8. 对比，回环
9. 押韵
10. 双关
11. 头韵
12. 头韵
13. 头韵
14. 排比，头韵
15. 排比
16. 省略，疑问
17. 反复，头韵
18. 排比

三、将下列美国总统竞选口号翻译成汉语

1. 和平与繁荣
2. 你知道，他就是最佳人选
3. 你有勇气说他是疯子
4. 纯正基因
5. 重振美国雄风

6. 开启美国新篇章
7. 正是美国革新时
8. 朋友，一切皆为经济
9. 罗斯就是不一人选
10. 美国能行
11. 我们能行
12. 相信我们能变革成功
13. 国家利益第一
14. 国力和经验能确保变革成功

四、翻译下列美国总统演讲中引用的汉语名句

1. 多少事，从来急；天地转，光阴迫。一万年太久，只争朝夕！（毛泽东《满江红·和郭沫若同志》）
2. 海内存知己，天涯若比邻。（唐代·王勃《送杜少府之任蜀州》）
3. 二人同心，其利断金。 《易经》
4. 前人栽树，后人乘凉。（明代·胡文焕《群音类选清腔类桂枝香》）
5. 轻舟已过万重山。 唐代·李白《早发白帝城》）
6. 大道之行也，天下为公。 《礼记·礼运篇》
7. 一乡之善士斯友一乡之善士，天下之善士斯友天下之善士。” 《孟子·万章（下）》
8. 民可近，不可下。民惟邦本，本固邦宁。 《尚书·夏书》）
9. 山径之蹊，间介然用之而成路，为间不用，则茅塞之矣。 《孟子·尽心下》）
10. 温故而知新。 《论语·为政》）

五、翻译下列北京奥运会、上海世博会以及历届世博会和奥运会主题口号

1. One World One Dream
2. New Beijing, New Olympics
New Beijing, Great Olympics
New Face to Beijing, New Phase to Olympics
New Role for Beijing, New Stage of Olympics

如果我们把“新北京、新奥运”直译为New Beijing, New Olympics，虽然与原文在字面上的意思一致，但“New Olympics”却有可能引起歧义，好像要把奥运会改头换面，搞成另外一种模式。可能是为了避免误解，翻译者对这一口号采取了一半直译一半意译的做法，将它翻译成New Beijing, Great Olympics。但是这种译法也有很大的问题，因为great一词在这里没有多少实际意义（根据《朗文当代英语词典》，great常用意思大体上包括very good, excellent; very suitable; a lot, very much; large; important; influential等）。Great Olympics中的great一词毫无意义（meaningless）。显然，Great Olympics无法表达“新奥运”的深刻内涵。那么“新北京，新奥运”到底如何翻译为好呢？这里提出两个选择供参考：一是New Face to Beijing, New Phase to Olympics（面貌一新的北京立志要把奥运会推向一个新阶段；其特点是face与phase同音）。另一种可以考虑的选择是New Role for Beijing, New Stage of Olympics（北京作为主办者要扮演好新的角色，为奥运会提供一个新舞台让各国运动员进行精彩的表演；这里的特

点是role和stage互相对应，而且New Stage为双关语：新的舞台和新的阶段）。这两种译法不准确而深刻地表达了原文的意思，而且还突出了两个“新”字，在形式上也整齐对称。

3. Environment-friendly Olympics,
Culture-enriched Olympics,
Technology-empowered Olympics.
4. Let's give Beijing city a face-lift straight
To ensure a successful Olympics in 2008.
(比较: Build New Beijing, Hold Great Olympics)
5. Better City, Better Life
6. Integration and Co-existence of Diverse Urban Cultures
7. Economic Prosperity in the City
8. Innovations of Science and Technology in the City
9. Re-modeling of communities in the city
10. Interactions between Urban and Rural Areas
11. Age of Discovery
12. The Challenge of a New Road to Development
13. Oceans—a Heritage for the Future
14. Humankind, Nature, Technology
15. Nature's Wisdom
16. Energy Turns the World
17. Household Science and Technology for Human Beings
18. Christopher Columbus—The Ship and the Sea
19. Play Part in History
20. Harmony and Progress
21. Friends for Life
22. The Celebration of the Century
23. Share the Spirit
24. Celebrate Humanity
25. Citius, Altius, Fortius

六、改进下列标语的译文

1. Good luck!

原文标语在中国许多建筑工地和工厂（特别是国营大型企业）门口随处可见，其中包涵对工人的关爱之情和祝福之意。原译很难使英语读者理解这一标语的实际内涵。改译为 Good luck, 传递了原标语的内涵。如果此标语是祝愿司机小心驾车，平安回家，也可译为 Safety first in driving。

2. Please queue up for entry.

中国人将“依次排队”上升到“文明”的高度，可是对于早已视排队为一种正常行为规范的大多数英语国家人士而言，原译就未免有些“过”了。

3. No development, no surviving.

原译是一对一的字面意思直译，没有译出标语口号的内涵。改译套用英语谚语 No pains, no gains, 不但译出了原标语的内涵，而且对译文受众来说，译文地道、简明、扼要。还可以改译为 No development, no advancement 或 Development is of over-riding/vital importance; Development is the top priority; Development leads to prosperity 等。

4. First class service to all guests.

标语篇幅有限，故须简明扼要，才能让人在短时间内看得见，看得清，看得完，看得明。原译字字相对，亦步亦趋。(而且，此处用 Welcoming 这一非谓语形式，也不对)有人还强调要把“四海”译成 from all directions of the world, 可谓全盘复制。这似乎是“忠实”之译；但是，“忠实”如斯，则为笨拙了。郭沫若先生评价这种翻译为“鹦鹉学舌式的硬译”。

5. Build a Top Tourist City of China for the honor of our famous city.

“争光”译为 to win honor for 没有错。但是，用 honor 来彰显名城，这 honor 是原有的呢，还是以后才有？原译无法将汉语标语口号的内涵诠释清楚。

6. No tree-climbing or branch-breaking .

原译中 if you breaking the branches 有两处错误，一是从语法上讲，if 引导条件状语从句，breaking 应该改为谓语形式；二是“攀枝折木”实际上有两层意思，而译文 break the branches 只译出了“折木”的意思。“攀枝折木，人人侧目”这句口号的中心意思是规劝游人不要攀爬树木，不要折取树枝，这些行为是应当被禁止的。改正后的译文不但纠正了拼写和语法错误，还比较忠实地再现了原文的内涵，没有过于强调其他人对“攀枝折木”这种行为的看法，而是强调对这种行为的劝诫。

7. Keep a green leaf, keep a blue sky.

“营造一片绿地，唤醒一片蓝天”对仗工整，简单明了。原译过于拘泥于原意，没有领会原标语口号的精髓。而 Vegetation (植物) 和 blue sky (蓝天) 的关系过于牵强，这对那些很重视句子逻辑关系的外国人来说，很难理解——究竟是用什么方法可以用植物制作出蓝天？经过改译，更容易理解。

8. Promote sportsmanship and int'l exchanges

原译者以为对号入座就可万无一失了，殊不知这样一一对应，不是硬译，而是误译了。没有理解、消化原文的思想，就会表达不当。汉语的“精神”，似乎无所不能。但是，英语的 spirit 则不能与汉语的“精神”一一呼应。spirit 前搭配 physical，更与“体育精神”风马牛不相及。communication 表达的只是信息、感情的沟通，热力、运动的传递，疾病的传染，道路、空间的相通，等等。另外，细细咀嚼之下，“弘扬”与“促进”，可用“多枝共干”的译法，以 promote 一词译之。

9. Be virtuous citizens in our famous city.

词典上确有社会公德的译文：social morality; social ethics; public-spirited。但英美人士会觉得难以理解，不知所云，不如用 civic virtues。

10. Build a modernized garden city of ecotype.

Building 不是现在分词结构，因为分词结构只能在句中作定语或状语，因而 Building 在此句中只能是动名词。Building 既然是动名词，其原有的动词属性即行为性就大大减弱了，而变成了一种“客观描述”，只表现“其客观存在的属性”，不再有较强的号召性了。还是用动词原形，保留强烈的动词属性，译作祈使句，也可理解为句首为 Let's 句型或 It is imperative to 句型的省略形式。

11. You two and your child make a sweet home.

这是我国的计划生育宣传标语，具有浓郁的中国特色。计划生育是我国的一项基本国策，在中国人的价值观念中，由于我国的基本国情和计划生育必要性宣传的深入人心，原文中严厉的口气是可以理解和容忍的。然而，在西方人的价值观中，生育是人类的基本权利，即便要实行计划生育，超生也绝对谈不上是 crime (犯罪)。这样的译文，很容易造成文化冲突。改译后，有利于我国计划生育政策的对外宣传。

12. Welcome to the ancient city of Xi'an.

这条标语的意思译文表达得很完整，但是作为一条标语则略显得累赘，缺乏标语应有的明快的特点。为使英语句子更简洁，我们可以删掉一些不必要的词。

13. No littering.

在许多旅游地都能看到这样的警示型标语,对于汉语的表达方式我们已经非常熟悉,但是如果字字直译会显得很罗嗦、累赘。此类标语最好采用异化翻译策略,用外国人习惯的方式或常用的句子即可。

14. No smoking.

汉语里有很多类似的标语出现在公共场合,中国人对此已经习以为常。但是懂英语的外国朋友看了不禁纳闷:既然吸烟也有害吸烟者的身体健康,为什么还要吸烟者到别处去吸烟?所以在翻译时,我们需要跳过标语原文的语义表述,译出这个标语的真正意义,即此处不允许吸烟。因此,我们用 No Smoking 即可达到这个效果。

15. Please keep the compartment quiet.

Keep quiet, please.

Please be quiet.

原文出自动车组列车的“车厢指南”,对应英语如原文所示。将“车厢”译为 train 而非 compartment,看似并无大碍,细究之下却有违关联原则,令人难解其意:将此句英语回译成汉语,就成了“请勿制造噪声,并保持列车安静”。如何让行进的列车尽量“保持安静”?尽量降低列车噪声应该是铁道部门的职责,旅客只能做到保持所在车厢安静,“保持列车安静”对旅客来说未免有些强人所难。后两种改译,不但道出了原文的真正用意,而且更加简洁。

16. five stresses, four points of beauty and three aspects of love

我们提倡的“五讲、四美、三热爱”曾被译为 Five stresses, four beauties and three loves。这样的译文无疑会造成误读。后改译为: five stresses, four points of beauty and three aspects of love。并附注释: stress on decorum, manners, hygiene, discipline and morals; beauty of the mind, language, behavior and the environment; love of the motherland, socialism and the Communist Party。这样的注释尽管罗嗦,但不至于引起信息障碍或语用失误。

17. (Always) ready to serve

原文指食品不需要另外加工,随时可以享用。但国外的消费者看到 eating immediately 可能会产生“不吃掉,食品就会很快坏掉”的疑问。因此,应该改为英语中的习惯说法:(Always) ready to serve。只有这样,译文读者和原文读者面对同一产品介绍时才可以获得相同的信息。

18. protect the environment

某公园宣传标牌中“用您的爱心”这样的表达“以情感人”,十分符合汉语受众的价值观和接受心理,但却不符合英语表达习惯。

19. No wealth and rank can confuse a true great man.

错误译文来自 2005 年上海市举行的中高级口译考试。参加该项考试的考生的英语水平都很高,但是部分考生的汉语水平实在不敢恭维。在汉译英题目里,有一道题要求将“富贵不能淫”译成英语,有人将这句话译成了“Be rich, but not sexy”(富贵但不能性感)。有人将“血肉长城”翻译成了“The long wall of blood and meat”(用血和肉筑成的长城)。“血肉长城”一词来自于中国国歌里的“把我们的血肉筑成我们新的长城”一句歌词。尽管试题中给出了上述提示,但仍有许多人未能理解“血肉长城”一词的含义。试题中还要求将“人之初,性本善”翻译成英语。“人之初,性本善”是孟子“性善说”中的观点,在中国妇孺皆知。在考生的答案中,有人在试卷上赫然写着“Since the beginning of human beings, sex is always good”(人之初,性爱本善)。

20. Study hard and make progress every day.

此句是毛泽东主席的题词,原译是对口号的字对字死译,令人不知所云。改译是对口号的意译,较好地表达了口号的意思。

七、翻译下列标语口号

1. If you drink, you can't drive.
2. Better Living, Brighter Future.
3. Base on China, orient to the world and aim at the future.
4. It is an offense to litter handbills.
5. Have problems? Please contact the Police Station.
6. Safeguard world peace and ensure domestic development.
7. Expand political democracy and carry out economic reform.
8. The grass is so fair. It needs your care!
9. Yes to life. No to drugs!
10. Prosperity through Partnership.
11. Come with a rush? Go with a flush!
12. Tourism Enriches!
13. Tourism Opens Doors for Women!
14. Tourism Responding to the Challenge of Climate Change!
15. No smoking!
16. Caution, Gap!
17. Caution Maintenance in progress!
18. Caution! Please take care with hot soup!
19. Help—Emergency use only!
20. Danger! Keep everything clear of the doors!
21. DANGER! HIGH VOTAGE!
22. Beware of pickpockets!
23. Shanghai International Cultural Tourism Festival 2010
24. THE NINTH WORLD DIGITAL MASS FORUM
25. The 32nd Annual Conference of International Commerce Convention(ICC)
26. Fortune Global Forum 1999
27. The 2001 Informal Meeting of APEC Leaders
28. The 11th World Games of Secondary School Students
29. The Bidding Logo of the World Exposition 2010 Shanghai China
30. Measures to Ensure the Administrative Good Order of Expo 2010 Shanghai China
31. The issuance of work permits to the personnel of participants at the Exposition shall be a straightforward and streamlined procedure
32. 一起努力，让泰晤士河更清澈
33. 因施工造成不便，请您谅解
34. 禁止停车 违者罚款
35. 请看管好孩子
36. 请勿抚摸展品
37. 我要你去当兵!
38. 韩国丽水 2012 世博会第三次国际研讨会
39. 发展生态社区（2005 年日本爱知世博会副主题口号）
40. 葡萄牙 1998 年里斯本世界博览会

八、比较下列标语口号的不同译文

1. carbon footprint 尽管为西方人士所熟知，对中国公众，却很陌生，其涵义是由于过度排放二氧化碳而造成环境恶化的后果，又延伸为一切不利于环境保护的负面行为。这一词组，直译为“碳迹”始于 1997 年联合国气候框架京都议定书，近年来在国际上引用频率非常高，属于众所周知的新词新语。Be aware of 带有“增强意识”的内涵。“美好家园”如译为 beautiful homeland, 确实有些 awkward。不同文化对同一事物有不同的表述。在特定的语境中，a green (er) world, 似乎更自然一些。《名利场》的译者，我国著名的翻译家杨必教授说：“翻译是一仆两主的差事，也就是说，译者不仅要考虑到原作者，而且还要考虑到读者”。标语的翻译，不仅要考虑到贴近原文，而且要充分考虑到标语的语言特点和受众。标语翻译需要文字简洁，容易接受且朗朗上口。因为标语的读者为广大群众。从这几个标准上来看，我觉得几个译文版本中，译文三，即混合版的译文，最合适。把美好家园译为 a greener world, 确实要比 a more beautiful homeland 来得地道，贴切，而且容易传诵；在 shape up 和 shape 两个词之间，选择 shape up, 不仅因为 shape up 的口语体更强，符合标语的特点，而且 shape up 和前一句里的 sharpen 在音节上更容易呼应。此处的 shape up 和前一句里的 sharpen 还是修辞上的 alliteration (头韵)。尽管第二句的开头有个小词 and, 译文①中的 posterity, 尽管并非难词，但对普通的读者而言，多少还是有些陌生，不如 children's children 来得直白，容易被人记住；译文②中的 carbon footprint, 尽管在西方人所共知，但在中国可能知道的人并不多。有些词，确实非常地道，而且翻译时容易传神，但在国内接受度不高。比如说 catch 22 一词，表示令人左右为难的规定，本起源于美国作家 Joseph Heller 的同名小说《第 22 条军规》，但这样一个对英美人士非常平常地道的表达，对于中国的许多读者却很陌生。
2. 桂林市政府和中国翻译协会 2005 年 4 月 14 日召开新闻发布会，面向世界征集“桂林山水甲天下”的最佳译文，要求译文优美、贴切，既能准确表达“桂林山水甲天下”的涵义，又符合译语受众的欣赏习惯及文字表达方式，易于传颂。很明显，这就是文化背景与可接受性的问题了。英谚有：East or West, home is best. 吴伟雄先生获优秀奖第一名的应征译文是：East or west, Guilin landscape is best! 这一译文，已经于当年 9 月下旬在北京召开的全国首届公示语翻译研讨会上吴伟雄先生的大会主题发言中发表，11 月 30 日在桂林举行的“桂林山水甲天下”名句译文研讨会上被评为“优秀奖第一名”，可谓摘了“桂”冠。据中新社记者唐成威的采访报道，伟人毛泽东在世时的随身翻译，中国译协常务副会长唐闻生评点时认为，这样翻译，押韵，比较上口，既能准确地表述这一名句的涵义，又易于英语受众传诵和流传。她还说，天下，指中国还是全世界？这种翻译，避开了这些，大家都能接受。这可以说是跳出“天下”译“天下”了。

九、翻译下列短文

(略)

十、讨论题：

由于汉语具有很强的表意功能，我们在翻译英语标语“KEEP OFF THE GRASS”时，除了直译“请勿践踏草地”、“请勿入内”等外，还可以充分发挥汉语优势，运用功能翻译理论，结合审美原则，翻译出“小草青青，足下留情”等富于诗情画意的标语。请将 KEEP OFF THE GRASS 译成不同的汉语标语。

1. 严禁践踏草地 违者罚款

2. 请勿践踏草地
3. 请勿入内
4. 请勿进入草坪
5. 小草在睡觉，请勿打扰
6. 小草在休息，请勿打扰
7. 小心走路，小草正在休息
8. 小草对你微微笑，请你别折我的腰
9. 小草微微笑，请你旁边绕
10. 小草对您微微笑，请您把路绕一绕
11. 足下留情，家园常青
12. 芳草青青，足下留情
13. 萋萋芳草，足下留情
14. 小草青青，足下留情
15. 我也生命，请足下留情
16. 脚下留情，世界更美
17. 小草有生命，足下请留青
18. 茵茵之绿草，踏之何忍？请你足下留情
19. 小草成长，请您呵护
20. 小草正在成长，让我们多给她们一点呵护
21. 我很弱，请不要踩我
22. 不要踩我，我会痛的
23. 我也有生命，请你爱护我
24. 谢谢您对我的爱护
25. 草坪边，请三思而后行
26. 青青草，装点环境好，劝君莫侵扰
27. 微风轻轻吹拂我，让大地拥抱我，让阳光亲吻我，让你们看护我
28. 花草丛中笑，园外赏其貌
29. 芳草香浓郁，别醉倒在我的怀里
30. 人护绿，绿护人

第五章

一、分析下列新闻标题的修辞格

1. alliteration
2. alliteration
3. rhyme
4. rhyme
5. metaphor
6. metaphor
7. pun
8. pun
9. parody
10. parody
11. parody
12. Exaggeration

二、选择正确的译名

1-5 KLDJB 6-10 CEIMF 11-15 NGOHA

三、翻译下列中国中央电视台栏目名称

1. Topics in Focus
2. News Probe
3. News in 30 Minutes
4. Business TV
5. Market Hotline
6. World Economic Report
7. Stock Market Analysis
8. Soccer Night
9. Health Club
10. Spring Festival Gala Evening
11. Half the Sky
12. Super Variety Show
13. Garden for Opera Fans
14. Big Pinwheel
15. Tangram
16. Twelve Studio
17. Chinese Ethnic Peoples
18. Science and Technology Review
19. Man and Nature
20. Zhengda Variety Show
21. Gallery of Calligraphy Painting
22. Time Together across the Strait
23. China Kaleidoscope
24. China News

25. China Report
26. Travelogue
27. Around China
28. China Today
29. Sunday Topics
30. English News
31. Oriental Fashion

四、用汉语四字格翻译下列电影片名

1. 《生死时速》
2. 《美国丽人》
3. 《星球大战》
4. 《黎明生机》
5. 《音乐之声》
6. 《魂断蓝桥》
7. 《一夜风流》
8. 《廊桥遗梦》
9. 《硅谷传奇》
10. 《黄金时代》
11. 《阿飞正传》
12. 《风云人物》
13. 《冒名顶替》
14. 《巴顿将军》
15. 《阿甘正传》
16. 《随心所欲》
17. 《黑客帝国》
18. 《天使之城》
19. 《出水芙蓉》
20. 《绿野仙踪》
21. 《铁汉柔肠》
22. 《古墓丽影》

五、将下列英语公司名称翻译成汉语

1. 电子技术进出口公司
2. 包装进出口公司
3. 对外贸易仓储公司
4. 机械设备进出口公司
5. 进出口商品检验公司
6. 国际包装租赁有限公司
7. 国际经济咨询公司
8. 铁路对外服务公司
9. 国际经济技术进出口公司
10. 综合贸易公司
11. 国际信托投资公司

12. 华侨投资公司
13. 太平洋保险公司
14. 期货交易所
15. 商品期货交易所
16. 粮油期货交易所
17. 自来水公司
18. 水电建设公司
19. 电力工业公司
20. 远洋运输公司
21. 集装箱运输公司
22. 汽车修理公司
23. 自动化工程公司
24. 无线电器材公司
25. 有色金属工业公司
26. 石油公司
27. 化工工业公司
28. 轻工业公司
29. 广播电视工业公司
30. 唱片公司
31. 展览公司
32. 工艺美术工业公司

六、翻译下列新闻标题

1. 逃往以色列未果 埃犹太人陷囹圄
2. 中国贸易代表团将于 11 月访美
代表团阵容强大 规模空前
3. 神户地震死亡人数不断攀升
4. 意一架飞机坠毁 三十七人遇难
5. 巴以将恢复和谈
6. 政府削减津贴 波及二十万家庭
7. 和谈进行之际 双方巷战正酣
8. 回首往昔 展望未来
9. 繁荣不再 萧条即来
繁荣已了 尽是萧条
一别繁荣 一片愁容
10. 英国第一寿星谢世 享天年百岁又十五
11. 人愈老 智愈高 心愈平
12. 日本情侣求浪漫 喜事涌到美国办
13. 布什双娇初长成 酒巷从此任纵横
14. 若为爱情故 肝脏也可抛
狮城影星捐肝救病危恋人
15. 中国队反败为胜 喜获汤姆斯杯赛
16. 全球经济萧条 首富身价缩水
17. 忍无可忍 还是要忍

18. 总统（布什）口无遮拦 国民各有褒贬
19. 民意调查显示：美国富人向往太空旅行
20. 油价一涨再涨

七、将下列英语名著翻译成汉语

1. 《理智与情感》
2. 《傲慢与偏见》
3. 《乱世佳人》/《飘》
4. 《汤姆·索亚历险记》
5. 《双城记》
6. 《野性的呼唤》
7. 《第 22 条军规》
8. 《远离尘嚣》
9. 《飞越疯人院》
10. 《雾都孤儿》
11. 《白衣女人》
12. 《老人与海》
13. 《还乡》
14. 《红字》
15. 《汤姆叔叔的小屋》
16. 《尤里西斯》
17. 《名利场》
18. 《光荣与梦想》
19. 《荆棘鸟》
20. 《呼啸山庄》

八、将下列汉语名著翻译成英语。

1. *Pilgrimage to the West/Journey to the West*
2. *The Romance of the Three Kingdoms*
3. *A Dream in Red Mansions/The Story of the Stone*
4. *Heroes of the Marshes/Water Margins*
5. *Compendium of Materia Medica*
6. *Strange Tales of a Lonely Studio*
7. *The Classic of Mountains and Rivers*
8. *The Romance of West Chamber*
9. *History as a Mirror*
10. *Shi Ji/ Historical Records*
11. *The Great Learning*
12. *The Doctrine of the Mean*
13. *The Analects of Confucius*
14. *The Mencius*
15. *The Book of Odes*
16. *Essays and Criticism*
17. *The Legend of Deification*

九、改译下列译文中的错误或不完善之处

1. 改译: Fast regaining its reputation for prosperity as the former bustling “*Avenue Joffre*”, Huaihai Road has attracted considerable foreign investment. Splendid shopping malls such as *Printemps, Parkson and Isetan* make the Road a shopping paradise.

原因: “霞飞路”的得名源于法国的一位名叫 Joffre 的将军, 当时“霞飞路”属于上海法租界区域。现“霞飞路”已改名为“淮海路”。但是, 在翻译“霞飞路”时, 还是应该按照“名从主人”原则, 译为 Avenue Joffre。三家百货公司都有其固定的英语名称, 因此, 不能再重新翻译命名。

2. 改译: *Air China* is a leading company in China.

原因: China Airlines 是中国台湾地区的“中华航空公司”, 而中国大陆的“中国国际航空公司”的英译名为 Air China。两者很容易混淆, 一定要认真加以区分。

3. 改译: He is an outstanding academician of both *the Chinese Academy of Science and the Chinese Academy of Engineering*.

原因: 我们所说的“两院院士”是“中国科学院”和“中国工程院”院士的简称, 在翻译成英语时, 一定要将其全称翻译出来, 否则, 外国读者将会对 two Academies 感到莫名其妙。

4. 改译: 足球开踢 拳打脚踢

原因: 英语标题中的“kick off”指足球比赛中“开赛”或“中场开球”, 与后面的“violence” (暴行) 一词并用, 是一种幽默修辞表达手法。一见这则标题, 读者头脑中立即会映出一副拳打脚踢的景象来。“足球开踢, 拳打脚踢”这样的四字格译文, 既一语双关, 又前后押韵, 表达了原文的幽默效果。

5. 改译: The treasurer of US Department of the Treasury is to visit China next month.

原因: 美国财政部的表达为 Department of the Treasury, 部长的表达为 treasurer, 而中国的财政部的英语翻译为 Ministry of Finance, 部长翻译为 minister, 两者不能混淆。

十、讨论题:

文学作品的书名翻译, 无论在大陆还是港澳台地区, 同名异译现象十分普遍, 四大名著之一《西游记》的英译名就有 13 种之多, 分析比较以下不同译名的翻译方法。

(略)

第六章

一、在实际应用中，公示语常分为指示性、提示性、限制性和强制性四种，分析下列公示语的种类。

1. 限制性公示语
2. 指示性公示语
3. 提示性公示语
4. 强制性公示语
5. 强制性公示语
6. 指示性公示语
7. 限制性公示语
8. 提示性公示语

二、公示语在英国英语和美国英语中具有明显的本土意义，请区分下列公示语译文是英式英语还是美式英语

- | | | |
|---------|---------------------------|--------------------------|
| 1. 垃圾箱 | 译文 1 Litter (英式) | 译文 2 Trash (美式) |
| 2. 地铁 | 译文 1 Subway (美式) | 译文 2 Underground (英式) |
| 3. 脚下留心 | 译文 1 Watch Your Step (美式) | 译文 2 Mind Your Step (英式) |
| 4. 邮资已付 | 译文 1 Post-Free (英式) | 译文 2 Post-Paid (美式) |
| 5. 厕所 | 译文 1 Restroom (美式) | 译文 2 Toilet (英式) |

三、翻译下列产品指示语

1. 易碎品
2. 此面向上
3. 非买品
4. 置于阴凉处
5. 避光保存
6. 低温保存
7. 防潮
8. 防热
9. 保持干燥
10. 净重
11. 生产日期：2010年8月21日
12. 失效期：2012年8月20日
13. 勿近热源
14. 切勿平放
15. 切勿受潮
16. 切勿近火
17. 请勿倒立
18. 请勿倒置
19. 由此插入
20. 由此开启

四、翻译下列交通指示语

1. Fire Exit
2. Disabled Parking Only
3. Works Traffic
4. Low Clearance
5. Turn Left ahead
6. Slow Traffic
7. Keep Left
8. No Honking
9. Toll Free
10. Gas station
11. Service Station
12. One Way
13. Road Work Bypass/Detour
14. U-Turn
15. No Entry for Vehicular Traffic
16. Delivery Vehicles Only
17. Do Not Block Intersection
18. Entry to 20mph Zone
19. No Vehicles Carrying Explosives
20. Maximum Speed Limit 40mph

五、改正下列有关交通指示语中的错误翻译

1. Caution, Wet Floor.
Caution, Slippery, Trip Hazard
Floor Slippery When Wet
2. No Visitors
Staff Only
No Tourists
Employees Only
No Entry
3. Elevator
Air Stairs 的意思是“旋梯”，“登机梯”，不是载客的电梯；货梯的表达为 Freight Elevator; 自动电梯的表达为 Escalator; 汉语中的电梯不是 Electric Elevator, 应该去掉 electric。
4. Reserved Parking
5. No waiting on this side at any time
6. Approaching end of highway
7. No thoroughfare
8. Road closed
9. Slow! School
10. Speed limit of 48kmh
11. No parking except for loading
12. Road works ahead
13. Diversion/Detour
14. Customer lounge

15. Flight connections

六、讨论题

交通警示语“Better late than the late”有以下几种不同的译文，请分析每种译文的优缺点。
(略)

第七章

一、分析下列菜名（餐饮类中华老字号）的文化内涵或典故

1. 佛跳墙是福州一道集山珍海味之大全的传统名菜，誉满中外，被各地烹饪界列为福建菜谱的“首席菜”，至今已有百余年的历史。



佛跳墙历史

如此美味佳肴，何以叫“佛跳墙”？在福州民间有三种传说。

其一是：据传清朝同治末年（1876年），福州官钱庄一官员设家宴宴请福建布政司周莲，他的绍兴籍夫人亲自下厨做了一道菜，名叫“福寿全”，内有鸡、鸭、肉和几种海产，一并放在盛绍兴酒的酒坛内煨制而成。周莲吃后，赞不绝口，遂命衙厨郑春发仿制，郑春发登门求教，并在用料上加以改革，多用海鲜，少用肉类，使菜越发荤香可口。以后郑春发离开周莲衙府，集资经营聚春园菜馆，“福寿全”成了这家菜馆的主打菜，只因福州话“福寿全”与“佛跳墙”的发音相似，久而久之，“福寿全”就被“佛跳墙”取而代之，名扬四海了。

其二是：福建风俗，新媳妇出嫁后的第三天，要亲自下厨露一手茶饭手艺，侍奉公婆，博取赏识。传说一位富家女，娇生惯养，不习厨事，出嫁前夕愁苦不已。她母亲便把家里的山珍海味都拿出来做成各式菜肴，一一用荷叶包好，告诉她如何烹煮。谁知这位小姐竟把烧制方法忘光，情急之间就把所有的菜一股脑儿倒进一个绍兴酒坛里，盖上荷叶，摺在灶头。第二天浓香飘出，合家连赞好菜，这就是“十八个菜一锅煮”的“佛跳墙”的来头了。

其三是：一群乞丐每天提着陶钵瓦罐四处讨饭，把讨来的各种残羹剩菜倒在一起烧煮，热气腾腾，香味四溢。和尚闻了，禁不住香味引诱，跳墙而出，大快朵颐。有诗为证：“坛启荤香飘十里，佛闻弃禅跳墙来。”

其四和其一不完全相同：“佛跳墙”是闽菜中居首位的传统名肴。据传，此菜起源于清朝末年，福州扬桥巷官银局的一位官员，在家中设宴请布政司周莲，官员夫人亲自下厨，选用鸡、鸭、肉等20多种原料放入绍兴酒坛中，精心煨制而成荤香的菜肴，周莲尝后赞不绝口。事后，周莲带衙厨郑春发到官银局参观。回衙后，郑春发精心研究，在用料上加以改革，多用海鲜，少用肉类，效果尤胜前者。一八七七年，郑春发开设了“聚春园”菜馆后，继续研究，充实此菜的原料，制出的菜肴香味浓郁，广受赞誉。一天，几名秀才来馆饮酒品菜，堂官捧一坛菜肴到秀才桌前，坛盖揭开，满堂荤香的菜肴，秀才闻香陶醉。有人忙问此菜何名，答：尚未起名。于是秀才即席吟诗作赋，其中有诗句云：“坛启荤香飘四邻，佛闻弃禅跳墙来。”众人应声叫绝。从此，引用诗句之意：“佛跳墙”便成了此菜的正名，距今已有100多年的历史。

由于“佛跳墙”是把几十种原料煨于一坛，既有共同的荤味，又保持各自的特色。吃起来软嫩柔润，浓郁荤香，又荤而不腻；各料互为渗透，味中有味。同时营养价值极高，具有补气养血、清肺润肠、防治虚寒等功效。上席时如配以蓑衣萝卜（白萝卜切成的丝）一碟、油

芥辣一碟、火腿拌豆芽心一碟、冬菇炒豆苗一碟，再用银丝卷、芝麻烧饼佐食，更是妙不可言，其味无穷。

说起佛跳墙这道菜，几乎所有的人都知道并且有过各种想象，但是真正吃过佛跳墙的人却很少，博学如梁实秋先生雅舍谈佛跳墙，最后却转到了红烧肉，何况我等凡人。幸哉中国内涵外延丰富的汉字，能为我们描述当时的福州名菜“坛烧八宝”。

2. “宫保鸡丁”的来历有三种说法：一说丁宝桢原籍贵州，清咸丰年间进士，曾任山东巡抚，后任四川总督。他一向很喜欢吃辣椒与猪肉、鸡肉爆炒的菜肴，据说在山东任职时，他就命家厨制作“酱爆鸡丁”等菜，很合胃口，但那时此菜还未出名。调任四川总督后，每遇宴客，他都让家厨用花生米、干辣椒和嫩鸡肉炒制鸡丁，肉嫩味美，很受客人欢迎。后来由于戍边御敌有功，他被朝廷封为“太子少保”，人称“丁宫保”，其家厨烹制的炒鸡丁，也被称为“宫保鸡丁”；二说丁宝桢来到四川，大兴水利，百姓感其德，献其喜食的炒鸡丁，名曰“宫保鸡丁”；三说：丁宝桢在四川时，常微服私访。一次在一小肆用餐，吃到以花生米炒的辣子鸡丁，叫家厨仿制，家厨以“宫保鸡丁”名之。



3. 满汉全席菜点精美，礼仪讲究，形成了引人注目的独特风格。入席前，先上二对香，茶水和手碟；台面上有四鲜果、四干果、四看果和四蜜饯；入席后先上冷盘然后热炒菜、大菜，甜菜依次上桌。满汉全席，分为六宴，均以清宫著名大宴命名。汇集满汉众多名馔，择取时鲜海味，搜寻山珍异兽。全席计有冷荤热肴一百九十六品，点心茶食一百二十四品，计肴馔三百二十品。合用全套粉彩万寿餐具，配以银器，富贵华丽，用餐环境古雅庄重。席间专请名师奏古乐伴宴，沿典雅遗风，礼仪严谨庄重，承传统美德，侍膳奉敬校宫廷之周，令客人流连忘返。全席食毕，可使您领略中华烹饪之博精，饮食文化之渊源，尽享万物之灵之至尊。

满汉全席以北京、山东、江浙菜为主。后来闽粤等地的菜肴也依次出现在巨型宴席之上。南菜 54 道：30 道江浙菜，12 道福建菜，12 道广东菜。北菜 54 道：12 道满族菜，12 道北京菜，30 道山东菜。可惜的是当时川菜尚未流行。如果加入川菜，满汉全席将锦上添花。

4. 清朝末年，成都街头巷尾便有许多挑担、提篮叫卖凉拌肺片的小贩。用成本低廉的牛杂碎边角料，经精加工、卤煮后，切成片，佐以酱油、红油、辣椒、花椒面、芝麻面等拌食，风味别致，价廉物美，特别受到黄包车夫、脚夫和穷苦学生们的喜食。20 世纪 30 年代在四川成都有一对摆小摊的夫妇，男叫郭朝华，女叫张田政，因制作的凉拌肺片精细讲究，颜色金红发亮，麻辣鲜香，风味独特，加之他夫妇俩配合默契、和谐，一个制作，一个出售，小生意做得红红火火，一时顾客云集，供不应求。

由于采用的原料都是牛的内脏，而这些原料的来源大都是不食动物内脏的回民所丢弃

的，所以当时被称作“废片”，四川方言有的也念“荟”。因其价廉味美，既受买不起肉食但想吃荤腥的贫民的欢迎，又受爱其美味的市民的追捧，很快就打响了名气。牛肚白嫩如纸，牛舌淡红如桦，牛头皮透明微黄，再配以夫妻两精心搭配的红油、花椒、芝麻、香油、味精、上等的酱油和鲜嫩的芹菜等调料，因此凉拌出来的“废片”具有颜色红亮、软糯入味、麻辣鲜香、细嫩化渣，成为当时挑担、提篮叫卖的“废片”中最具特色，最受欢迎的一种。由于夫妻俩总是默契配合，所以被称作“夫妻废片”。

后公私合营，郭氏夫妇并入成都市饮食公司，公司觉得“废片”二字不怎么好听，将“废”字易为“肺”字，并注册“夫妻肺片”，这就是成都这个著名菜品名字的由来。这道菜有牛舌、牛心、牛肚、牛头皮，后来也开始加牛肉，但唯独就没有牛肺，可偏偏又叫“肺片”，是因缘巧合造成的名不副实而已。

5. 叫花鸡有两个典故：一是相传很早以前，有一个叫花子，沿途讨饭流落到常熟县的一个村庄。一日，他偶然得来一只鸡，欲宰杀煮食，可既无炊具，又没调料。他来到虞山脚下，将鸡杀死后去掉内脏，带毛涂上黄泥、柴草，把涂后的鸡置于火中煨烤，待泥干鸡熟，剥去泥壳，鸡毛也随泥壳褪去，露出了鸡肉。约 100 多年以前，常熟县城西北虞山胜地的“山景园”菜馆根据这个传说，去粗取精，精工效法创制此鸡。二是传说当年乾隆皇帝微服出访江南，不小心流落荒野。有一个叫花子看他可怜，便把自认为美食的“叫化鸡”送给他吃。乾隆困饿交加，自然觉得这鸡异常好吃。吃毕，便问其名，叫化子不好意思说这鸡叫“叫花鸡”，就胡吹这鸡叫“富贵鸡”。乾隆对这鸡赞不绝口。叫花子事后才知道这个流浪汉就是当今皇上。这“叫花鸡”也因为皇上的金口一开，成了“富贵鸡”。流传至今，也成了一道登上大雅之堂的名菜。

6. “狗不理”创始于 1858 年。清咸丰年间，河北武清县杨村（现天津市武清区）有个年轻人，名叫高贵友，因其父四十得子，为求平安养子，故取乳名“狗子”，期望他能像小狗一样好养活（按照北方习俗，此名饱含著淳朴挚爱的亲情）。



狗不理招牌

狗子十四岁来天津学艺，在天津南运河边上的刘家蒸吃铺做小伙计，狗子心灵手巧又勤学好问，加上师傅们的精心指点，其做包子的手艺不断长进，练就一手好活，很快就小有名气了。

三年满师后，高贵友已经精通了做包子的各种手艺，于是就独立出来，自己开办了一家专营包子的小吃铺——“德聚号”。他用肥瘦鲜猪肉 3: 7 的比例加适量的水，佐以排骨汤或肚汤，加上小磨香油、特制酱油、姜末、葱末、调味剂等，精心调拌成包子馅料。包子皮用半发面，在搓条、放剂之后，擀成直径为 8.5 厘米左右、薄厚均匀的圆形皮。包入馅料，用手指精心捏折，同时用力将褶捻开，每个包子有固定的 18 个褶，褶花疏密有致，如白菊花形，最后上炉用硬气蒸制而成。

由于高贵友手艺好，做事又十分认真，从不掺假，制作的包子口感柔软，鲜香不腻，形

似菊花，色香味形都独具特色，引得十里百里的人都来吃包子，生意十分兴隆，名声很快就响了起来。由于来吃他包子的人越来越多，高贵友忙得顾不上跟顾客说话，这样一来，吃包子的人都戏称他“狗子卖包子，不理人”。久而久之，人们顺了嘴，都叫他“狗不理”，把他所经营的包子称作“狗不理包子”，而原店铺字号却渐渐被人们淡忘了。

7. 全聚德创始人是杨全仁。他初到北京时在前门外肉市街做生鸡鸭买卖。杨全仁对贩鸭之道揣摩得精细明白，生意越做越红火。他平日省吃俭用，积攒的钱如滚雪球一般越滚越多。杨全仁每天到肉市上摆摊售卖鸡鸭，都要经过一间名叫“德聚全”的干果铺。这间铺子招牌虽然醒目，但生意却江河日下。到了同治三年（1864年）生意一蹶不振，濒临倒闭。精明的杨全仁抓住这个机会，拿出他多年的积蓄，买下了“德聚全”的店铺。

有了自己的铺子，该起个什么字号呢？杨全仁便请来一位风水先生商议。这位风水先生围着店铺转了两圈，突然站定，捻着胡子说：“啊呀，这真是一块风水宝地啊！您看这店铺两边的两条小胡同，就像两根轿杆儿，将来盖起一座楼房，便如同一顶八抬大轿，前程不可限量！”风水先生眼珠一转，又说：“不过，以前这间店铺甚为倒运，晦气难除。除非将其‘德聚全’的旧字号倒过来，即称‘全聚德’，方可冲其霉运，踏上坦途。”

风水先生一席话，说得杨全仁眉开眼笑。“全聚德”这个名称正合他的心意，一来他的名字中占有一个“全”字，二来“聚德”就是聚拢德行，可以标榜自己做买卖讲德行。于是他将店的名号定为“全聚德”。接着他又请来一位书法颇有造诣的秀才——钱子龙，书写了“全聚德”三个大字，制成金字匾额挂在门楣之上。那字写得苍劲有力，浑厚醒目，为小店增色不少。

8. “龙虎斗”又名“豹狸烩三蛇”、“龙虎凤大烩”、“菊花龙虎凤”，是闻名中外的广东传统名菜。以蛇制作菜肴在广东已有二千多年历史，当地曾有“秋风起矣，独它肥矣，滋补其时矣”之谚，古代曾经作为宫廷佳肴。“龙虎斗”一菜相传始于清同治年间，当时有个名叫江孔殷的人，生于广东韶关，在京为官。回到家乡后，经常研究烹饪，想创制新名菜。有一年，他做七十大寿时，为了拿出一道新名菜给亲友尝鲜，便尝试用蛇和猫制成菜肴，蛇为龙、猫为虎，因二者相遇必斗，故名曰“龙虎斗”。亲友们品尝后都觉得不错，但感到猫肉的鲜味还不足，建议再加鸡共煮。江根据大家的意见又在此菜中加了鸡，其味更佳，这样此菜便一举成名。后来改称“豹狸烩三蛇”、“龙虎凤大烩”，但人们仍习惯地称它为“龙虎斗”。此菜在岭南地区广泛流传，成为广东菜馆的主要特色名菜，享誉世界。中外宾客来到广州，都要品尝此菜，不然曰：“虚此一行。”

9. 宋朝苏东坡（1036—1101年），四川省眉山人，作文名列唐宋八大家；作词与辛弃疾并为双绝；书法与绘画也都独步一时。就是在烹调艺术上，他也有一手。东坡肉在徐州又称东坡回赠肉。相传，东坡回赠肉为苏东坡任徐州知州时所创。公元1077年即宋神宗熙宁十年四月苏轼知徐州。刚上任不到四个月的苏东坡正碰上黄河决口，身为徐州父母官的苏轼，毫不顾及个人安危，毅然率领全城百姓，投入抗洪治水，最终战胜了洪水。城里百姓为了感谢这位与民朝夕相处、甘苦与共的“父母官”，纷纷杀猪宰牛，担酒牵羊，打锣敲鼓地送到知州衙门，赠给东坡先生，以表心意。而“廉洁”的苏东坡并不拒绝，一一如数收下，并亲自指点厨师把这些送来的猪、牛、羊肉，分别改刀烹制成熟，回赠给参加抗洪的黎民百姓，故后人称之为“东坡回赠肉”。当他触犯皇帝被贬到黄州时，常常亲自烧菜与友人品味，苏东坡的烹调，以红烧肉最为拿手。他曾作诗介绍他的烹调经验是：“慢着火，少着水，火候足时它自美。”不过，烧制出被人们用他的名字命名的“东坡肉”，据传那还是他第二次回杭州作地方官时发生的一件趣事。



东坡肉

那时西湖已被葑草湮没了大半。他上任后，发动数万民工除葑田，疏湖港，把挖起来的泥堆筑了长堤，并建桥以畅通湖水，使西湖秀容重现，又可蓄水灌田。这条堆筑的长堤，改善了环境，既为群众带来水利之益，又增添了西湖景色。后来形成了被列为西湖十景之首的“苏堤春晓”。

当时，老百姓赞颂苏东坡为地方办了这件好事，听说他喜欢吃红烧肉，到了春节，都不约而同地给他送猪肉，来表示自己的心意。苏东坡收到那么多的猪肉，觉得应该同数万疏浚西湖的民工共享才对，就叫家人把肉切成方块，用他的烹调方法烧制，连酒一起，按照民工花名册分送到每家每户。他的家人在烧制时，把“连酒一起送”误会成“连酒一起烧”结果烧制出来的红烧肉，更加香酥味美，食者盛赞苏东坡送来的肉烧法别致，可口好吃。众口赞扬，趣闻传开，当时向苏东坡求师就教的人中，除了来学书法的、学写文章的外，也有人来学烧“东坡肉”。后农历除夕夜，民间家家户户都制作东坡肉，相沿成俗，用来表示对他的怀念之情。“东坡肉”现在成为杭州一道传统名菜。楼外楼菜馆效法他的方法烹制这个菜，供应于市，并在实践中不断改进，遂流传至今。

10. 麻婆豆腐有三个典故。

传说一：“麻婆豆腐”因何得名？在四川成都流传这样一个传说。在清代光绪年间，成都万宝酱园一个姓温的掌柜，有一个满脸麻子的女儿，叫温巧巧。她嫁给了马家碾一个油坊的陈掌柜。10年后，她的丈夫在运油途中意外身亡。丈夫死后，巧巧和小姑的生活成了问题。运油工人和邻居每天都拿来米和菜接济她俩。巧巧左右隔邻分别是豆腐铺和羊肉铺。她把碎羊肉配上豆腐炖成羊肉豆腐，味道辛辣，街坊邻居尝后都认为好吃。于是，两姑嫂把屋子改成食店，前铺后居，以羊肉豆腐作招牌菜招待顾客。小食店价钱不贵，味道又好，生意很是兴旺。巧巧寡居后没改嫁，一直靠经营羊肉豆腐维持生活。她死后，人们为了纪念她，就把羊肉豆腐叫做“麻婆豆腐”至今。

现在，“麻婆豆腐”已成为一道家常菜随处可见，而且漂洋过海，深受国外朋友喜爱。

传说二：传说中的麻婆本姓陈，专门以做豆腐为生。清朝同治年间，成都万福桥是商贾聚集之地，陈老太在此开了一家豆腐店。由于她点浆技巧过人，做出的豆腐又白又嫩，烧制的豆腐菜又特有风味，因此，生意越做越红火。不料这竟引起她对门一家豆腐店老板娘的嫉妒。一天，一位过客提着两斤刚剁好的牛肉末到陈老太店中落座，对门豆腐店的老板娘仗着自己年轻又有几分姿色便给这位客人暗送秋波，这位客人一时惊喜便忘了那包牛肉末径直向她店门走去，陈老太见此情景心中又气又恼。这时又走进几位客人，他们看到餐桌上的牛肉末，便说要吃牛肉炒豆腐，陈老太本不想用别人的牛肉末，但客人急需食用，也就把这牛肉末同豆腐一起做菜给客人吃了，没想到这道菜又香又有味，吃的人越来越多，生意异常火爆、客人络绎不绝。对门豆腐店的老板娘见了又气又眼红，便在顾客面前说陈老太的坏话，骂她是丑八怪，是麻子。陈老太是个心怀大度的人，面对这一切，她不屑一顾，不露声色，下气力做自己的生意。后来，她干脆在自家门头上挂起一块大招牌“陈麻婆豆腐”。后来这个店名

声愈来愈大，麻婆豆腐这道大众佳肴就名扬四海，成为脍炙人口的最著名的一种豆腐菜肴。

传说三：陈麻婆豆腐（人们习惯于称之为麻婆豆腐）始创于清朝同治元年（1862年），开创于成都外北万福桥边，原名“陈兴盛饭铺”。店主陈春富早歿，小饭店便由老板娘经营，女老板面上微麻，人称陈麻婆，当年的万福桥是一道横跨府河，不长却相当宽的木桥。两旁是高栏杆，上面是抓鱼，绘有金碧彩画的桥亭，桥上常有贩夫走卒、推车抬轿做苦力之人在此歇脚、打尖。光顾“陈兴盛饭铺”的主要是挑油的脚夫。这些人经常是买点豆腐、牛肉。再从油篓子里舀些菜油要求老板娘代为加工。日子一长陈氏对烹制豆腐有了一套独特的烹饪技巧。烹制的豆腐色味俱全，不同凡响，深得人们喜爱，陈氏所烹豆腐由此扬名。求食者趋之若鹜，清末就有诗为证：麻婆陈氏尚传名、豆腐烘来味最精，万福桥边帘影动，合沽春酒醉先生。文人骚客常会于此，有好事者观其老板娘面上有麻痕便戏之为陈麻婆豆腐。此言不脛而走遂为美谈。饭铺因此冠名为“陈麻婆豆腐”。据《成都通览》记载“陈麻婆豆腐”在清朝末年便被列为成都著名食品。由于陈麻婆豆腐历代传人的不断努力，陈麻婆川菜馆虽距今一百四十余年，其名长盛不衰，并扬名海内外，深得国内外美食者好评。麻婆豆腐，是同治初年成都市北郊万福桥一家小饭店店主陈森富（一说名陈春富）之妻刘氏所创制。刘氏面部有麻点，人称陈麻婆。她创制的烧豆腐，则被称为“陈麻婆豆腐”，其饮食小店后来也以“陈麻婆豆腐店”为名。1909年成都通俗报社出版的《成都通览》（清·傅崇矩著）已将此店列入与包席馆正兴园、钟汤圆等店齐名的22家“成都之著名食品店”。《锦城竹枝词》、《芙蓉话旧录》等书对陈麻婆创制麻婆豆腐的历史均有记述。清末诗人冯家吉《锦城竹枝词》云：“麻婆陈氏尚传名，豆腐烘来味最精，万福桥边帘影动，合沽春酒醉先生”。麻婆豆腐由于名声卓著，已流传全国，乃至日本、新加坡等国家。

二、分析下列菜名翻译运用的套译公式

1. 宫保鸡丁
译文(1) I
译文(2) D
译文(3) E
2. Braised Beef with Brown Sauce (D)
3. Sweet and Sour Chicken (G)
4. Crispy Duck (G)
5. Beef with Green Peppers (A)
6. Jellyfish in Soy Sauce (B)
7. Yangzhou Stir-Fried Rice (J)
8. Stewed Beef (C)
9. Diced meatballs braised with soy sauce (F)
10. Shredded Pork with Garlic Sauce (H)

三、更正下列错误的菜品名翻译

1. Eel Filets in Hot Chili Oil
2. Mantou
3. Tangyuan
4. Beef Steak Served on a Sizzling Iron Plate
5. Gongbao Chicken
6. Stewed Pork Ball in Brown Sauce
7. Fish Chops

8. Grilled Bullfrog in Spicy Sauce
9. Four-Joy Meatballs (Meat Balls Braised with Brown Sauce)
10. Spring Chicken
11. Ma Po Tofu (Stir-fried Tofu in Hot Sauce)
12. Fried Rice Noodle with Beef
13. Wonton Soup
14. Noodles with Soybean Sauce
15. Russian Soup
16. Chowder Fish Soup
17. Salad
18. Dried Tofu
19. Pork Lungs in Chili Sauce
20. Steamed Chicken with Chili Sauce

四、翻译下列汉语菜名

1. Chop Suey
2. Wonton
3. Shaomai
4. Guotie (Pan-fried Meat Jiaozi)
5. Steamed Jiaozi
6. Gulaorou (Sweet and Sour Pork)
7. Zongzi (Glutinous Rice Wrapped in Bamboo Leaves)
8. Yuanxiao (Glutinous Rice Balls for Lantern Festival)
9. Lvdagun (Glutinous Rice Rolls with Sweet Bean Flour)
10. Aiwowo(Steamed Rice Cakes with Sweet Stuffing)
11. Bitter Melon in Plum Sauce
12. Sauteed Spicy Pork with Dried Beans
13. Snow Clam and Scallop Soup
14. Double-sauteed Sliced Lamb with Pepper and Parsley
15. Noodles with Soy Bean Paste, Beijing Style
16. Noodles with Vegetables
17. Steamed Beef Ribs in Black Bean Sauce
18. Japanese Soup Noodles with Seafood
19. BBQ Pork
20. Steamed Prawn with Garlic Sauce

五、讨论题:

中国老字号中很多是餐饮，目前对中华餐饮老字号的英语翻译，还没形成统一的意见。请分析以下老字号的不同英译名。

(略)