

传播学视域中的外宣翻译研究

——以《今日中国》(法文版)为例

尹明明

(中国传媒大学 外国语学院,北京 100024)

摘要:文章以中国对外传播历史悠久的新闻月刊《今日中国》(法文版)《*La Chine au présent*》为研究文本,以传播学相关理论为研究视域,分析翻译传播理论在汉译法领域内的应用。在具体的研究过程中,选取《今日中国》(法文版)2013年全年12期杂志,分别从词汇和语篇两个层面,对其中文和法文版本进行对照和比较。旨在将传播学理论和外宣翻译研究相结合,通过跨文化传播中的汉译法策略之路径,丰富和发展外宣翻译研究的内容,以期为外宣翻译提供比较科学合理的学理逻辑,更好地回应我国对外传播工作以及国家形象建构的迫切需求。

关键词:传播学;外宣翻译;《今日中国》(法文版)

中图分类号:H059 文献标志码:A 文章编号:1009-1505(2015)02-0032-06

Research on Publicity Translation in the Perspective of Communication Studies

—A Case Study on *La Chine au Présent*

YIN Ming-ming

(School of International Studies, Communication University of China, Beijing 100024, China)

Abstract: Based on *La Chine au Présent*, a monthly news magazine with a long history of external communication in China, the thesis discusses the application of publicity translation theories in the Chinese-French translation in the perspective of communication theories. During the research process, the thesis makes a comparison and contrast between the Chinese and French editions of articles in the 12 magazines published in 2013 through vocabulary and discourse. The thesis applies the integration of communication theories and publicity translation theories to the study on Chinese-French translation approaches in the intercultural communication. This will enrich and develop the publicity translation theories as well as provides scientific and reasonable logic for them, which can better satisfy the needs of the publicity works and the construction of national image of our country.

Key words: communication studies; publicity translation; *La Chine au Présent*

收稿日期:2014-11-04

基金项目:2014年中国传媒大学科研培育项目“传播学视域下的外宣翻译研究”(CUC14A56)

作者简介:尹明明,女,中国传媒大学外国语学院副教授,主要从事翻译和传播学研究。

一、我国外宣翻译:路径与演进

(一) 相关概念的界定及研究视角

近年来,随着中国国力的不断增强及对外交流的日趋频繁,出于塑造良好的国家形象及增强国家软实力的现实要求,外宣翻译作为传递中国声音的介质,受到越来越多的关注,成为翻译学界研究的热点。我国研究外宣翻译的权威学者、上海外国语大学张健教授将其定义为:“外宣翻译是翻译的一种特殊形式,指在经济全球化背景下,以让世界了解中国为目的、以汉语为信息源、以英语等外国语为信息载体、以各种媒体为渠道、以外国民众(包括境内的各类外籍人士)为受众对象的交际活动。”^[1]

伴随着学界对外宣翻译研究的热忱,其相关研究成果在近几年大幅增长。据笔者对中国学术期刊网络出版总库的检索结果来看,从2001年至2014年8月,发表的涉及“外宣翻译”的论文(包括硕士和博士论文)共计1877篇,其中发表在《中国翻译》《中国科技翻译》《上海翻译》等翻译类核心期刊的有297篇,相关专著有《译者的适应与选择:外宣翻译过程研究》《对外宣传翻译理论与实践》等共计5部。其中以《今日中国》杂志的翻译研究为例分析的也有十多篇。这些文章或从宏观角度对外宣翻译研究体系进行建构,如朱义华的《外宣翻译研究体系建构探索》^[2]、唐佳梅的《新闻翻译的传播学视角及其影响》^[3];或应用关联理论、功能翻译理论、改写理论和异化归化等翻译策略,结合《今日中国》的文章进行内容分析和文本分析,试图从微观角度对《今日中国》的外宣策略做出解释,如李利红的《从关联理论角度看〈今日中国〉中对外宣传资料的英译》^[4]、李云蕾的《模因论下的外宣资料汉英翻译策略研究》等^[5]。

(二) 传播学理论指导外宣翻译的可行性及意义

翻译理论本属于文学、语言等研究领域,但是翻译的行为在本质上却是一种传播行为。对翻译传播理论的研究可追溯到上世纪70年代,联邦德国翻译理论家威尔斯的著作《翻译学:问题和方法》出版,标志着翻译学传播理论的诞生。在该书中,威尔斯“认为翻译乃是与语言行为和抉择密切相关的一种语际信息传递的特殊方式”,但其传播理论仍然建立在语言学基础之上^[6]。国内学者对翻译学传播理论的研究始于20世纪90年代,其标志是著名翻译理论家吕俊教授于1997年发表的《翻译学——传播学的一个特殊领域》一文。在此文中,他用传播学的理论反观翻译学,将翻译视为传播活动的一个有机整体,其中包括传播主体、内容、渠道、对象、目的、场合、效果等7个要素。在阐述传播学与翻译两者之间关系时,他更指出翻译是一种跨文化的信息交流与交换活动,其本质是传播,是传播学中一个有特殊性质的领域^[7]。由此延展,使用传播学相关理论有效指导外宣翻译实践,不仅可以丰富和拓宽外宣翻译研究内容,为其理论研究架构新的研究视域;从另一方面来讲,两者的结合也顺应当前全球化大语境下我国对外传播工作以及国家形象建构的迫切需求。

令人遗憾的是,尽管国内关于传播学视角下的翻译理论研究近几年呈增长趋势,但基本都是立足于汉英互译的研究,对于像法语这样应用广泛的其他语种涉猎不多,其对外宣传实践与效果未得到学界和业界的足够关注。而法语作为一门精确而优美的语言,在实践中不能完全套用英汉互译的翻译理论。中法建交已五十年之久,中法之间交流频繁的现实也给汉法翻译实践提出了更高的要求。同时,非洲也是一片生机勃勃的大陆。我们在对非援助的前期投入已初见成效,新闻传播的硬件设施已经铺就,传播内容的精雕细刻离不开外宣翻译的辅助。为此,笔者通过借鉴对外宣翻译理论指导汉译英实践的研究,结合法语语言的特点和向法语地区传播与英语国家的不同,力图在传播学视角下建立起与英汉外宣翻译既有区别又有联系的汉法外宣翻译理论,以指导我们的外宣翻译实践。

二、我国外宣翻译个案研究

(一)《今日中国》(法文版):历史与沿革

《今日中国》(英文名: *China Today*) 创刊于1952年1月,是中国唯一一本多语种综合性对外报道月刊,现在除了中英文两个版本,还有法语版、西班牙语版和阿拉伯语版等五个纸质版^[8]。其中法文版创刊于1963年4月,《今日中国》(法文版)从各个方面展现了当代中国蓬勃发展的经济、中国人民的日常生活以及中国现今的社会风貌。同时,该法文版注重中国文化的对外传播,将中国丰富多彩的历史文化及当下的流行文化呈现给法国、非洲等法语地区中对中国文化感兴趣的各界人士,是中国近年来向法语地区进行对外宣传报道的佼佼者,具有较高的研究价值。

《今日中国》(法文版)的稿件按照语源主要分为三类:第一类是各语种的通稿;第二类是各个语种根据自己对象国的文化特点采写的专项稿件;第三类是向对象语言为母语人士征集的稿件。根据统计,在每期约20篇文章的法文版《今日中国》中,全年中法对照文章有四十多篇,平均每期杂志占两篇左右,其余均为自采或征稿。鉴于本研究侧重外宣翻译,为使其更有针对性,笔者选取《今日中国》(法文版)2013年全年12期杂志,从中抽取中法对照文章,借用传播学相关理论,从词汇和语篇两个层面对《今日中国》(法文版)的外宣翻译工作进行解构,并粗略评估其外宣传播效果。选取2013年作为研究对象是出于研究外宣材料尤其要注重时效性的现实需求,而2013年是新近发生的完整的一年,中国和世界都经历了很大变化。中国的领导人换届,“中国梦”概念的提出,给中国的外宣话语体系带来了很大的变化,一个发展中的大国形象也在不断变化中。

(二)《今日中国》(法文版)翻译策略:词汇层面

词汇是构成语言最基本的单位,对于词汇的准确翻译是语篇翻译的基础。带有中国语言特色或文化特色的词汇翻译策略包括音译、音译加注释、直译和意译等多种方式。在外宣翻译实践中,译者应当遵循对外传播规律,善于将翻译传播理论巧妙地融入具体翻译策略中,根据具体情况选择不同的策略。

1. 传播学视域下的传统特色词汇之音译。音译,即直接采用汉语拼音来书写的形式。传播学视角赋予外宣翻译跨语言跨文化信息交流与传播的性质。事实上,跨文化传播的核心要点是对带有不同观点、信仰和价值观的人际间相互作用的意义分析,是对这些人由于具有不同的文化背景而产生的相应差异的分析。^[9]⁹⁵采用音译策略翻译具有中国传统特色的词汇,能够有效避免文化误读,跨越文化障碍。如:中南海(zhongnanhai)、高考(gaokao)、功夫(Kungfu)这样典型的中国词汇,是法国人对中国最基本的认知,甚至有些词汇已经被收录进词典。

2. 跨文化传播的有效对接——音译加释义。音译加释义的方式也是《今日中国》(法文版)中比较常见的一种翻译方式。在跨文化传播中,需要注重寻找文化观念中的结合点,充分开发目标受众的文化符号,通过两种不同文化的有效对接实现传播,促进受众对传播内容的理解和接受。采用音译加释义方式翻译的词汇通常都是法语文化中不存在直接对应的表达方式,新的文化现象需要新的语言方式来诠释,从而让读者更容易感受到异国风情。仔细梳理《今日中国》(法文版)2013年全年期刊,笔者发现在每期的结尾新增设了“趣谈汉语”这一专栏,由2011年荣获“汉语桥”大赛冠军的法国在华留学生塞巴斯蒂安(Sébastien)主持,在选词上注重满足读者乐于接受具有异国情调和文化特色的新鲜词汇,如:胡同(hutong, ruelles de Beijing),咋呼(zhahu, fanfaronner),麻利(mali, rapide et adroit)等,“咋呼”一词的译文处理尤其精妙,首先采用音译的方式“zhahu”能让法语读者从发音上直观感受到异国文化的不同,其次借助对象国的文化现象进行注释采用了“fanfaronner”一词,在法文中该词特指那些

自吹自擂爱说大话的人,带有一定的贬义,与汉语中形容某人咋呼的语境巧妙融合。

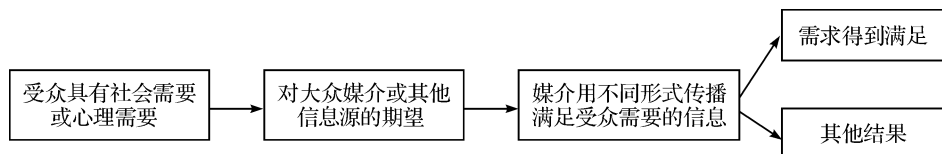
3. 传受双方主客体原则之直译。在该期刊词汇翻译的过程中,直译也是一种常见的翻译手段。所谓直译,首先要保留原文的形,在翻译的过程中尽量忠于原文,将字面意思表达出来即可。坚持以“直译方法为主,其他方法为辅”的原则,最显著的三个好处在于:一是能保留鲁迅所说的“源语文化”的“情调”和“丰姿”,使读者感到新鲜生动;二是能够充分传播源语文化,扩大译文读者的知识视野;三是能够有效地促进交流,以丰富和提高民族文化。^[10]如城乡发展一体化(l'intégration ville-campagne),打工妹(travailleuse migrante),建国梦、四化梦、回归梦、航天梦、奥运梦(le rêve de l'édification de la Chine nouvelle, le rêve des quatre modernisations. le rêve du retour de Hong Kong et de Macao au sein de la patrie, le rêve aérospatial, le rêve des J. O)等,例文中的“城乡发展一体化”一词,直译为“城市与乡村的融合”,一目了然,“四化梦”一词直接翻译成“quatre modernisations”也是典型的直译,而“打工妹”一词翻译成“travailleuse migrante”忽略了汉语语境中“出身农村”和“年轻未婚女性身份”这两条重要信息,这是直译的一大缺憾。参照传播学相关理论,传播者与受传者互为传播过程中的主体和客体,行使着编码、译码和释码的相同职能。而在实际传播过程中传、受双方经常出现不对应、不平等的状态,这种差异在二度解码编码中难免造成传播过程中的信息流失。

4. 文化负载词的意译。传者和受众的关系,是认识传播过程、实施传播行为的一个基本问题。在传播过程中,传者的讯息传递与受众的讯息接受相互依存,彼此互动。长期以来传统翻译理论将翻译过程中的信息传递看成是涉及语言本身的静态的封闭的系统,忽视了对传播过程的要素——受众及其反馈效果的足够关注,使得在跨文化交际中出现受众理解的不和谐,特别是在文化负载词的处理上。^[11]中国特色词汇意蕴丰富,富有民族特色。但这些词所负载的文化内涵在另一民族的文化中缺乏“对应语”。在这种情况下,译者应该采取意译的方式,以法语读者熟悉和习惯的思维方式翻译出来,便于读者更好地理解全文,了解中国。还要提及的是,好的意译能将中法文中类似的表达方式衔接起来,增强读者的阅读兴趣,如壮士扼腕(à tout prix)、脍炙人口(extrêmement populaire)、摸着石头过河(traverser la rivière à tâtons)。鉴于《今日中国》中文版的稿件大多文采飞扬,其中不乏“壮士扼腕”这样具有典故或东方价值观的成语或熟语,如果使用直译的方式可能需要讲述整个典故,冲淡文章本身的主题,造成喧宾夺主的效果。如果能找到中法文之间对应的表达方式,更能准确传达原文作者的意图。将“脍炙人口”翻译成“extrêmement populaire”(极其受欢迎的)便是一个直观的例子。

(三)《今日中国》(法文版)翻译策略:语篇层面

词汇翻译是外宣翻译的基础,精确的词汇翻译是外宣翻译长城上的一块块砖瓦,但是仅有词汇翻译堆砌是无法将原文转化成译文的。因此,本部分的研究从中法对应的全部文章中摘取其中有研究意义的长句,并运用翻译传播理论逐例进行分析。

1. 使用与满足理论。《今日中国》(法文版)将读者对象(传播学中称之为受众或阅听人)界定为法国本土及广大法语地区对中国文化有兴趣,渴望了解中国的各界人士。按照传播学中新兴的受众理论——“使用与满足理论”,受众的概念是具有丰富的社会多样性的个人,其需求带有鲜明的个人烙印,他们选择使用某种媒介是出于对个人特定需求的满足。受众在整个传播过程中居于主动地位,掌握着传播活动的主动权。^{[9]228}其模式如下:



例:周璇并不是一个五官突出的美女,可以称得上是灵秀的邻家女孩型。

译文: Zhou xuan n'a pas une apparence physique particulièrement attrayante. Elle semble plutôt une jeune fille fine et délicate.

在此句中,中文句意并不难懂,但在具体翻译过程中,作为传播源头的译者需要明确目标受众对于异域文化的好奇与探究心理:首先,东方审美近年来愈加趋向欧化,五官轮廓明显是美人的特征,但是西方人眼中形容东方美人的词应该是眉眼细长,五官精巧。因此五官突出只能翻译成“外表具有吸引力”,这样的处理方式非常得当。其次,邻家女孩在译文中直接用两个形容词概括。实际上,法语中邻家女孩的直译是 la fille d'à côté,和中文里表示令人感到温馨亲切的女孩子的意思十分接近,直译或许有更好的效果。

2. 受众的选择性心理。传播者和受众的关系,是认识传播过程,实施传播行为的一个基本问题。在传播过程中,传者的讯息传递与受众的讯息接受相互依存,互为互动。在全球化浪潮席卷整个世界,信息大爆炸的当下,面对海量的信息刺激,受众趋向于只去选择那些自己感兴趣或需要感知的事物。受众的选择性心理可以归纳为选择性注意、选择性理解和选择性记忆三个层面。由此受到启示,译者(即传播者)要想使自己的传播内容收到好的传播效果,须具体把握一些原则,如赋予信息显著性和对比性。

例:华美的旗袍和裘皮大氅也不再是他们的标准行头,而改为“一袭制服,一顶列宁帽,脂粉不施,素面向向”。^[12]

译文: Ils ne portent plus la splendide robe chinoise fendue sur les cotés et le manteau de fourrure, mais plutôt un uniforme et une casquette de Lenine, sans maquillage.

在此句中便是充分利用了法语国家和地区受众对于中国带有明显文化印迹的服饰“旗袍和裘皮大氅”的审美期待,强烈的中西服饰对比加强了受众对于外宣译文的接受程度。需要注意的是,法语翻译中将主语换成了人,以求句子工整、信息完全,引号内的内容是并列关系,在译文中也有体现。“脂粉不施”和“素面向向”两词同义,主要为追求节奏和美感,译文中可以省略。

3. 第二传者作用下的译者改写策略。外宣翻译不仅是文化间移植与传播的过程,也是本国文化意识形态输出的过程,更是不同文化在语言、接受心理、意识形态等方面的对抗过程。^[13]中法文化尽管具有某些相似性,但由于两者思维不同,表达方式存在较大差异,有时译者就要发挥第二传者的重要作用,对整个句子进行改写,从而使译文和原文表意一致。

例:为了追求真理,她真正地做到了富贵不能淫,威武不能屈,因而受到世人无比的敬仰。我认为这是宋庆龄精神的核心。

译文: Je sais que cela peut ressembler à un cliché, mais dans sa quête de la vérité et de l'amélioration de la vie des citoyens, elle était immunisée contre la tentation de la richesse et de la recherche d'un statut élevé; cela lui a valu une haute estime du peuple.

此句译文是一个最典型的例子。译者通过对原文信息的整合筛选,进行重新解码和编码。原文句意在于赞扬宋庆龄的品质,而中心句是追求真理,因此在译文中,对真理的追求(sa quête de la vérité)和上下文中提及的对人民生活的改善(l'amélioration de la vie des citoyens)出现在句首最醒目的位置。句子的其他部分处理方式接近直译,通俗易懂,只是调换了顺序。“富贵不能淫,威武不能屈”采用了归化的翻译策略,舍弃节奏感但保证了句子的流畅和完整,传播效果基本得到了保证。

三、我国外宣翻译:成功与不足

经过对词汇及语篇翻译策略的分析,我们可以看到《今日中国》(法文版)在外宣翻译上所做的努

力。整体而言,《今日中国》(法文版)的翻译策略基本遵循了传播学规律,即传播学更注重受者本位的概念。鉴于受众决定着传播活动中的基本方向,是传播过程得以存在的前提和条件。置身于全球化浪潮席卷全世界及中外交流日趋频繁的大背景下,译者如果想在外宣翻译实践中取得良好的对外传播效果,就必须认识到受众价值的重要性。外宣翻译的过程应该是译者将原文翻译成译文,译文接收者再将自己的理解反馈给译者。由于信息在传递过程中会不断受到干扰和衰减,尤其是经过作者和译者等多个环节,信息量会大打折扣,只有信息接收者对传播内容理解并进行反馈,作者才能把握自己发出的信息有多少被准确无误地传达了,译者才能准确了解自己的翻译实践是否尽可能多地传递了有效信息。以受众为核心,对目的语的文化背景进行有针对性的转码。

以上总结的只是中法翻译的技巧,与传统意义上文学翻译将目光聚集在原文和译文的对比上不同,传播学视域下的外宣翻译不仅着眼于微观的翻译过程,更要顺应当今信息全球化的潮流和时代发展的要求,把翻译看做跨文化的信息传播与交流。由此可见,这个重新定位超越了翻译内容的限制,不拘泥于原文和译文的静态两极封闭关系,从宏观上肯定了这种跨文化信息传播对于整个人类社会文化交流 and 发展的意义。

诚然,《今日中国》(法文版)还存在很多不足之处,例如,2013年第8期的一篇介绍神舟五号的文章中,宇航员被翻译成astronaute。其实,国际媒体为每一个成功将宇航员送入太空的国家都赋予了一个特别的词,astronaute是指美国宇航员,cosmonaute特指苏联宇航员。而中国宇航员的taikounaute一词,反映了航天事业突飞猛进的中国得到了世界的认可。因此,在我国对外报道中,使用taikounaute一词更能彰显中国特色,让法语读者了解一个发展中的新兴国家的努力,以及世界对中国越来越多的肯定。这样的不足之处还有不少,面对中国国际影响力的增强和对中国声音更多的倾听,这些问题亟待改进。还要指出的是,本文尝试将翻译传播理论运用到具体的外宣翻译策略中,尽管其跨学科、跨领域研究的交叉融合特色符合当今学术研究需求,但该研究理论横跨传播学与翻译学两大学科,涵盖内容包罗万象、复杂艰深,如何进一步建构传播学视域下的外宣翻译体系还需要未来的不断努力。

参考文献:

- [1] 胡兴文,张健. 外宣翻译的名与实——张健教授访谈录[J]. 中国外语,2013(3):100-104.
- [2] 朱义华. 外宣翻译研究体系建构探索[D]. 上海:上海外国语大学,2013:69-72.
- [3] 唐佳梅. 新闻翻译的传播学视角及其影响[J]. 疯狂英语:教师版,2008(2):114-116.
- [4] 李利红. 从关联理论角度看《今日中国》中对外宣传资料的英译[D]. 武汉:华中师范大学,2008:10-12.
- [5] 李云蕾. 模因论下的外宣资料汉英翻译策略研究[D]. 衡阳:南华大学,2013:6-7.
- [6] 吕俊. 翻译学——传播学的一个特殊领域[J]. 上海外国语大学学报,1997(2):40-45.
- [7] 张俊. 翻译学的传播理论探究[J]. 解放军外国语学院学报,2001(1):78-79.
- [8] 谢蓉蓉. 从改写理论看新世纪以来《今日中国》的翻译与变化[D]. 武汉:华中师范大学,2012:6-8.
- [9] 段鹏. 传播学基础——历史、框架与外延[M]. 北京:中国传媒大学出版社,2013.
- [10] 杨雪莲. 传播学视角下的外宣翻译[D]. 上海:上海外国语大学,2010:106.
- [11] 李振. 传播学视角下关联翻译的受众选择性心理[J]. 重庆工学院学报:人文社会科学版,2009(7):148-150.
- [12] 卢茹彩. 行走在胶片上的明星[J]. 今日中国:中文版,2013(2):25-27.
- [13] 胡芳毅. 操纵理论视角下的外宣翻译——政治文本翻译的改写[J]. 中国科技翻译,2014(2):40-43.