

译介学视角下的绍兴黄酒文化产业外宣翻译研究

俞晓丽

浙江越秀外国语学院 浙江绍兴 312000

摘要: 随着经济全球化发展及世界格局的巨大变化,文化“走出去”战略成为文化强国重要策略。在此背景下,地方文化产业发展恰逢其时,而翻译作为沟通中西的桥梁,起到了举足轻重的作用。本文从译介学的角度出发,研究绍兴黄酒文化产业的外宣翻译。分析了绍兴黄酒文化产业发展面临的机遇和挑战并从译介学五大要素中的译介主体、译介内容、译介途径、译介受众几个方面对绍兴黄酒文化产业外宣翻译的方法和途径进行了分析和探究。

关键词: 译介学;文化产业;机遇和挑战;绍兴黄酒文化;外宣翻译

Research on external translation of Shaoxing rice wine cultural industry from the perspective of medio-translatology

Xiaoli Yu

Zhejiang Yuexiu University, Shaoxing, Zhejiang, 312000

Abstract: With the development of economic globalization and the great changes of the world pattern, the strategy of “going out” of culture has become an important strategy to strengthen the country’s cultural soft power. In this context, the development of local cultural industries is timely, and translation, as a bridge between China and the West, plays a pivotal role. This paper studies the translation of Shaoxing rice wine culture industry from the perspective of medio-translatology. This paper analyzes the opportunities and challenges faced by the development of Shaoxing rice wine cultural industry and explores the methods and approaches of external publicity translation of Shaoxing rice wine cultural industry from the aspects of translation subject, translation content, translation approach and translation audience among the five elements of medio-translatology.

Keywords: Medio-translatology; cultural industry; Opportunities and challenges; Shaoxing rice wine culture; Publicity translation

引言

随着国际形势大变局,国内经济迅速发展以及十八届三中全会的召开,21世纪初提出的中国文化“走出去”战略在新时代发展背景下被赋予了全新深刻的意义。文化“走出去”战略成为文化强国的重要策略。翻译是文化传播的媒介,在国际交流过程中起着举足轻重的作用^[1]。文化产业是经济和文化的融合体,是发展经济和宣传文化的载体。文化产业外宣翻译是外宣翻译的重要组成部分,地方文化产业发展空间大,发展潜力足,是有效推进文化外宣的重要阵地。译介学在研究方向上为文化产业外宣翻译研究提供了依托和支架,对翻译研究具有重要意义。

一、译介学、文化产业和外宣翻译的概念

1. 译介学

译介学最初源于比较文学中的媒介学,现在更多是从比较文化的角度研究翻译^[1],译介学从“译”和“介”两个角度出发研究文化的翻译和传播,译介学关心的不是语言层面的问题而是源语与目的语之间的转换从而达到有效外译和传播的问题。

2. 文化产业

20世纪90年代“文化产业”一词在我国出现,进入21世纪,已成为新兴产业,构成了国家经济发展的重要组成部分。根据2003年文化部下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》中的定义,文化产业即“从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业”,文化产业是文化

和产业的融合^[10]。文化赋能产业,使产业更具生命力,而产业发展是文化推广和传播的介质。在世界经济发展新格局下,在增强国家文化软实力,传播中国文化,讲好中国故事大背景下,文化产业的发展意义重大。文化产业具有文化性、创新性、盈利性、服务性、传播性和共时性的特点^[4]。地方文化产业依托地方地理、历史及地方政策等因素展现出显著的地方特色。

3. 外宣翻译

外宣翻译指在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,以外国民众为主要传播对象的交际活动^[14]。其目的是对外宣传产品、服务和文化。文化产业外宣翻译是指为谋求产业发展和文化宣传,以翻译为媒介,向文化和产品输出国民众传播中国优秀文化,推介商品服务的翻译实践活动。译介学视角下的文化产业外宣翻译侧重译介的层面,注重对外宣传。文化产业外宣为中国文化“走出去”架起桥梁,让世界人民更多更好地了解中国,接受中国文化,从而提高我国的国际影响力,增进国际文化交流与合作,构建命运共同体^[10]。但目前我国地方文化产业发展还存在产业面窄、影响力弱、文化与产业融合度低、产业推广和宣传力度不够等问题,需要外宣翻译发挥媒介优势,有效推动,为中国经济发展助力,为中国文化“走出去”贡献力量。

二、绍兴黄酒文化产业发展面临的机遇和挑战

在中国文化“走出去”背景下，在大力推动文化产业发展及地方文化产业发展得到积极支持的前提下，绍兴黄酒文化产业发展面临前所未有的机遇和挑战。

1. 机遇

绍兴黄酒文化产业发展面临的机遇主要表现在以下几个方面：一，借力东风，传播文化。文化是一个民族的根基与灵魂，是企业持续发展的不竭动力^[6]。绍兴黄酒产业的自信来自于深厚的文化积淀。绍兴黄酒 2500 年的历史底蕴和技艺传承是其他酒类文化无法比拟的。历史悠久、传统古老的酿造文化；品类丰富、独树一帜的酒器文化；礼仪扬德、雅俗共赏的饮酒文化构成了绍兴黄酒文化的经典，绍兴历史发展过程中与“酒”相关的历史典故数不胜数，从越王勾践的“箪醪劳师”到大书法家王羲之的“曲水流觞”

到女侠秋瑾的“貂裘换酒”再到大文豪鲁迅的“把酒论世”无不体现出黄酒历史文化的源远流长与丰厚深刻。它体现了中华民族的魂与灵，精神与德行，处事与为人等文化修养与传承。在经济全球化发展背景下，如此丰厚的文化通过与黄酒产业融合，通过外宣翻译手段得以向全世界传播推广，这是难得的机遇。二，政策扶持，产业发展。近年来，经济整体运行和发展环境良好，绍兴地方政府出台相关政策，如《浙江省人民政府办公厅关于推进黄酒产业传承发展的指导意见》（浙政办发【2015】115号）对黄酒产业的发展提出了总体要求和发展目标^[8]。黄酒产业被列为地方支柱产业，其发展有了长足的进步，尤其是品牌企业的发展尤为明显。如下图所示：



数据来源：公司年报、智研咨询整理^[12]

随着产业发展，出口贸易也取得了一定程度的增长。如下图所示，虽然 2020 年受疫情等因素影响，浙江省的黄酒出口大幅下跌，但 2017 年到 2019 年的出口数量和金额

都居于高位。因此绍兴黄酒产业发展给文化外宣翻译带来巨大的机遇和空间。



数据来源：中国海关、智研咨询整理^[12]

2. 挑战

同时，绍兴黄酒文化产业发展面临着产品创新不够、市场拓展不广、产业发展不快和专业人才不足等问题。首先，如何使文化与黄酒生产及黄酒商品深度、创新性融合，打造创意文化产品，提升产品内涵和品质，打开更广更大市场是目前要解决的先前问题；其次，市场的拓展也急需走深走远。国内黄酒市场局限于江浙沪一带，市场占有率较低，目前出口一般都聚集在日本、新加坡、泰国等国家，欧美市场有待拓展；近年来由于受疫情等因素的影响，产业发展速度呈现下降趋势；另外外宣翻译专业人才的缺乏也是产业发展的一大痛点。一方面，专业人才数量少，人才专业程度不够；另外，相关配套也不够完善。这些问题都是绍兴黄酒文化产业发展过程中所面临的挑战，亟待解决。

三、译介学视角下的外宣翻译分析

1. 译介的内涵

译介起着翻译和介绍宣传的作用，它是一种文化宣传和推广行为，包含五大要素，分别是译介主体、译介内容、译介途径、译介受众和译介效果^[7]。在译介学视角下，本文从前四大方面研究绍兴黄酒文化产业的外宣翻译，促进翻译模式的构建和翻译效果的达成。

2. 译介主体

译介主体即翻译过程的主要执行人，对译介效果起着关键作用。由谁来承担绍兴黄酒文化产业外宣翻译的重大任务直接影响黄酒文化产业外宣和文化传播的效果。宣传绍兴黄酒文化、推广绍兴黄酒文化产品的译者应该是选择语言地道、了解输出国地方文化特色和消费者心理及思维习惯的外国译者还是选择熟谙绍兴地方文化，尤其酒文化，同时具有翻译专业能力的语言专业人才呢？结合译介的目的，理想的选择应该是两者的结合，因此，国内专业人才主导，联合国外相关专业人士的选择为最佳。另外如果能够结合黄酒行业人才和媒体传播人才的加盟合作，或建议

或献策或翻译或修整，那是最理想的选择。这就需要地方政府的政策支持和资金投入以及人员协调组织等，或以政府牵头扶持，市场运营，经济杠杆引导，那么绍兴黄酒文化外宣翻译的主体问题就能得到很好的落实。

3. 译介内容

译介内容即外宣翻译的文本内容，它对译介效果起着决定性的作用。绍兴黄酒文化产业外宣翻译的内容由文化产业外宣的性质决定。文化产业外宣由文化外宣和产业外宣两部分组成，这两者相互影响，相辅相成。这决定了翻译文本的内容选择应该着重产业和文化融合、同时能够促进经济发展和文化宣传的文本。绍兴黄酒产业和文化融合的途径决定了其文本的内容和质量。绍兴黄酒文化要素可以分为以下几大类：黄酒酿造技艺、黄酒酒俗、历史典故、黄酒酒器^[9]。

绍兴黄酒酿造技艺精湛，具有千年历史，2006年被列入第一批国家级非物质文化遗产，它积淀了绍兴老百姓的智慧与经验。酿酒独到的方法与酿酒过程中发酵和开耙等重要环节都要凭借酿酒师长期积累的经验 and 历史传承的手工艺，这是任何现代化的技术无法完全取代的。黄酒酿造技艺体验式旅游就是黄酒文化与旅游相结合的一大创意，可以很好地宣传黄酒文化，同时提高商品的吸引力；黄酒酒俗跟老百姓的生活息息相关，名目繁多，生趣盎然。绍兴当地一年四季，各种节令，或适逢家庭内外各种婚丧嫁娶、置办产业、生辰做寿、祭祀祝福、乔迁应酬、播种开业、丰收仓储等家事、农事、商事、节事、礼事等等大小事情都会开酒饮用待客。无酒不成席，无酒不成礼，所以出现了男女婚假时的喜酒，相应最典型的有绍兴女儿红，女儿出生时埋下的酒到女儿18岁出嫁时开封用以款待宾客；所以黄酒已成为老百姓日常生活和节日大事必不可少的部分。绍兴人从小到大，光寿酒就有满月的“剃头酒”、满周岁的“得周酒”、缝十而庆直到八十九十的“做寿”酒；过年过节、

祝福祭祀、除夕分岁的节酒都离不开绍兴老酒,也就是黄酒。古越绍兴历史源远流长,与绍兴黄酒相关的典故也不胜枚举。越王勾践卧薪尝胆,复仇吴王阖闾,“壶酒兴国”,“箪醪劳师”,率越甲三千终吞吴;东晋书圣王羲之饮黄酒微醺,才思泉涌,写下千古流传“兰亭序”,还有著名的曲水流觞,留下多少风流佳话,到近代有“不惜千金买宝刀,貂裘换酒也堪豪”的鉴湖女侠秋瑾和鲁迅先生笔下《孔乙己》里绍兴黄酒和茴香豆的天作之合;好酒还得好壶装,酒器从远古发展至今经历了陶器、瓷器、青铜制品、角器、竹器、木器、玻璃制品等品类,其纹饰、雕琢、彩绘等艺术加工层出不穷,酒器造型变化多端、制作精美,给人以或厚重神秘或清幽古雅或时尚前沿的感觉,其名称也是琳琅满目,如瓮、坛、钻、区、危、杯、蟾、壶、搏、罐等等^[13],都与当时历史文化发展程度紧密相连。以酒具而成名的花雕酒更是如雷贯耳、家喻户晓。强调黄酒商品和服务与丰富的黄酒文化有机创意融合、旨在丰富黄酒产业内涵,增强其吸引力、宣传中国文化,讲好中国故事的文本就是绍兴黄酒文化产业外宣的翻译对象,如企业宣传手册、商品推销宣传说明、黄酒相关活动策划介绍以及相关文学作品等。

4. 译介途径

译介途径即对外翻译和推介的途径。为了更好地推广绍兴黄酒并对外弘扬绍兴地方文化,讲好中国故事,绍兴黄酒文化产业的译介途径应该是综合性、多层次的。首先,需要做好外宣文本的翻译和出版工作。可以通过与国外出版商及国外企业等合作进行针对市场的定向翻译,突出翻译的交际功能;另外,随着互联网与信息技术的发展,通过媒介手段宣传产品与文化已成为大势所趋,可由政府牵头,联合有关文化单位、企业单位和地方高校打造网络平台,制作宣传短视频并跟进相应文字说明翻译,全方位、生动形象地展示绍兴黄酒文化产业的方方面面;再者,与线上译介相呼应,线下的实践宣传活动也要同步。各种黄酒产业博览会、黄酒商品展览会、黄酒商业演出、黄酒峰会、黄酒论坛、黄酒节等等辅以文字翻译说明和介绍,通过活动宣传产品、传播文化,两者相辅相成、相得益彰。最后还可以通过名企、名人效应等做线上线下宣传活动。总之,绍兴黄酒文化产业外宣翻译的译介途径是文本与各种途径相结合,联合组织与个人、综合翻译和推介的手段与方法的通称。

5. 译介受众

绍兴黄酒文化产业外宣的译介受众即接受黄酒商品或服务以及体验黄酒文化的外国友人。他们来自不同的文化背景,来自具有不同特色的地方区域,对绍兴黄酒文化产业的外宣表现出不同程度的接受和吸纳,研究译介受众对做好绍兴黄酒文化产业外宣翻译具有重要意义。外宣翻译要达到预期效果,就必须了解翻译接受的对象,包括他们所在国的文化风俗、地方文化特色,尤其是酒文化特色,这直接影响他们对翻译文本的解读和吸收。要想让翻译接受对象更多地了解绍兴地方文化和酒文化并产生共鸣就要在翻译过程中更多从受众的角度思考翻译的呈现和表达方式,从而促进更好的理解和接纳。20世纪90年代美国翻译理论家 Venuti 在 Schleiermacher 的“异化”、“归化”(naturalizing)概念基础上进行修改加工,提出了新的概

念 foreignization 和 domestication^[2]。Schleiermacher 主张译者应采用“异化翻译法”(alienating)^[1];郭建中主张异化和归化受到翻译目的和读者要求这两个可变因素的影响^[5]。为了达到外宣翻译的目的,在采用常见的两种翻译方法“异化”和“同化”时要根据实际情况灵活应用,如以文化宣传为重,就要采用“异化”翻译法,保持源文化的特色和风格,这常常针对那些对中国传统文化尤其是黄酒文化以及绍兴地方文化特色有所了解的受众;相反,如果翻译目的重在产品宣传和推广,以达到商业目的为关键,那么采用“同化”翻译法就能很好地从受众的角度思考翻译,比较绍兴黄酒文化与受众对象所在的地方酒文化,寻找异同,必要时从对方文化角度进行适当文化顺应从而拉近与受众之间的距离,让他们更好地了解并接纳商品,从而带来经济效益,如关于黄酒外文名的翻译,常见的有“rice wine”、“yellow wine”或“yellow rice wine”,“wine”在西方的普遍认识是葡萄酒,它跟我国黄酒属于不同品类,2019年4月我国正式实施“黄酒国家标准”,将黄酒外文名定为“huangjiu”,这就向国外传递了一个信息,黄酒是我国特有的酒种,它要传递的是中国特色和中国文化,采取的是“异化”翻译法,展现了中华文化自信。但涉及到企业简介、商品宣传、功能介绍等信息传递类文本时,一般以“归化”翻译为主,达到与国外受众的交际目的,向他们宣传黄酒商品和服务。但两者并非绝对分离、相互独立,译者需要根据翻译目的和受众对象的文化背景、对中国文化的接受程度等作出灵活处理,更多时候可能是两种方法的融合使用,达到向国外受众传递中华文化并推介商品的目的。

四、结语

绍兴黄酒文化产业外宣翻译对宣传地方特色文化,讲好中国故事,同时促进对外交流,推广市场,加快地方经济发展具有重要意义。本文从译介学的角度思考,以译介五大元素中的译介主体、译介内容、译介途径和译介受众为抓手,分析了绍兴黄酒文化产业外宣翻译实施的各个环节,综合这四大元素可以在翻译中做到翻译主体责任明晰,翻译内容和范围明确,译介途径多元广阔,译介受众的条件和需求能够得到充分考虑,从而促进绍兴黄酒文化产业外宣翻译高效高质量完成。

参考文献:

- [1] Schleiermacher, F. On the different methods of translating[A]. In Lefevere, A. (ed). Translation/History/Culture: A Sourcebook[C]. London and New York: Routledge, 1992.
- [2] Venuti, L. The Translator's Invisibility[M]. London and New York: Routledge, 1995.
- [3] 白雪. 英美文学及翻译的教学学术研究——评《英美文学与翻译研究》[J]. 教育理论与实践. 2015, 35(36):2.
- [4] 白雅芬. 高校服务地方文化产业研究——以泉州师范学院为例[D]. 华侨大学硕士电子期刊. 2015(02): 1-55.
- [5] 郭建中. 当代美国翻译理论[M]. 湖北教育出版社. 2000.
- [6] 金建顺. 文化自信,绍兴黄酒的精神内核[J]. 中国酒. 2017(02): 47.

[7] 刘一乐. 从拉斯韦尔传播模式看王维诗歌在美国的译介研究 [J]. 河西学院学报. 2023, 39(01):111-115.

[8] 省政府办公厅. 《浙江省人民政府办公厅关于推进黄酒产业传承发展的指导意见》政策解读 [EB/OL]. <https://www.chyxx.com/industry/202008/887550.html>. 2015-11-19/2023-01-19.

[9] 苏全胜; 聂正宁; 王爽. 浅析绍兴黄酒文化的内涵与传承 [J]. 大众文艺. 2020(01): 266-267.

[10] 王辉; 许小倩. “一带一路”倡议背景下文化产业外宣翻译策略探究 [J]. 海外英语. 2021(14):26-28.

[11] 魏红; 单小艳. 译介学视角下非物质文化遗产外宣翻译研究 [J]. 教育教学论坛. 2018(32):4-5.

[12] 文争. 2019年绍兴市黄酒行业发展现状分析, 规模以上企业黄酒产量为30.72万千升 [图] [EB / OL]. 智研咨询_产业信息网 (chyxx.com). 2020-08-07 /2023-01-25.

[13] 剡溪景山. 绍兴黄酒用的酒坛发展史述 [EB/OL]. <https://www.163.com/dy/article/GFGLHELN0552D25T.html>. 2021-07-22/2023-01-20.

[14] 张健. 外宣翻译导论 [M]. 北京: 国防工业出版社, 2013.

本课题系“2022年度浙江省教育厅一般科研项目”(项目编号: Y202250652), 项目名称为: “一带一路”背景下绍兴黄酒文化产业外宣翻译研究”。本论文系本课题研究成果。