“人类命运共同体”视角下的疫情防控宣传标语的英译研究

谏秋姣 向要立

怀化学院, 中国·湖南 怀化 418000

【摘要】新冠肺炎疫情席卷全世界, 中国是最先和疫情进行斗争并获得显著成效的国家, 疫情防控标语是中国防疫宣传的重要内容。故本文将从人类命运共同体视角出发探讨中国新冠肺炎疫情防控宣传标语的英译研究, 通过对宣传标语的翻译, 希望能有效传播中国疫情防控措施和理念, 从而促进世界新冠疫情的有效防控。

【关键词】人类命运共同体; 新冠肺炎; 宣传标语

【基金项目】怀化学院2020年湖南省科技厅大学生科技创新创业人才项目 编号: 20; 2020年度湖南省大学生创新创业训练计划项目 编号: 3547。

1 介绍

人类命运共同体就是要在追求本国利益时兼顾各国合理关切, 追求本国发展时促进各国共同发展。人类只有一个地球, 各国共同生活在一个世界里。人类命运共同体深入人心。2020年初, 新型冠状病毒病(以下简称 COVID-19)突然肆虐中国, 随后席卷全球, 这是全人类所面临的公共卫生事件, 也是全所未有的挑战。中国作为抗击疫情的第一批并取得显著成效的国家, 无论是在医疗、控制, 还是宣传方面, 都为世界树立了榜样。一方面为了号召人们团结起来少出去, 多预防, 多宣传, 通过各种生动活泼、通俗易懂的疫情防控宣传口号诞生, 他们提醒公众疫情期间不来访、聚集、相信谣言, 外出时要戴口罩, 进一步加大了疫情知识的宣传力度。这些标语在抗击疫情过程中起到了很好的警示和教育作用。本文从人类命运共同体视角出发, 通过翻译疫情防控口号, 展示翻译实例和过程来让世界更了解中国抗击疫情的经验 and 措施。希望中国的抗击经验能对世界新冠疫情的防控起到一定的借鉴作用, 促进人类命运共同体的发展。

2 疫情宣传防控标语概述

标语, 是典型的通俗易懂的短语或短句, 具有较强的影响力。它们是在特定社会背景下, 为实现特定目标、传播思想和政策、传递最新的新信息而专门创造或出版在公共领域的。疫情防控宣传口号是标语的一种, 是在 COVID-2019 疫情大背景下, 为最大限度控制病毒传播, 运用疫情知识, 呼吁民众自觉居家隔离, 注意健康, 做好防护工作。这些标语有的由政府部门发布到各地, 有的被人们传唱而来。其具有典型的语言特点: 简明性、时代性、直观性、导向性、鼓动性、普及性、多样性、文化性等。

3 疫情宣传防控标语翻译案例分析

本节主要从疫情防控宣传标语的词汇, 词组和句子等方面去分析其采用的翻译方法和策略。

3.1 词汇的翻译

在疫情宣传标语的词汇翻译过程中, 主要采用了平行文本的借鉴法、直译法、

意译法等。新冠疫情防控宣传标语中含有很多的医学术语专有词汇, 这些术语通常具有权威性, 专业性, 不能轻易变动。因而在翻译这些专业术语时, 是直接采用借鉴权威机构或平行文本的翻译的方法, 如: 冠状病毒, 新冠肺炎, 核酸检测、隔离等, 直接根据世界卫生组织给的命名翻译成 Coronavirus; COVID-19; COVID test; quarantine; 同时在中国疫情防控标语中还出现了很多具有中国特色的习俗表达的词汇, 如: 返乡人员 Cross-provincial returnees 春运 chū n yù n 串门 Move around 等词汇, 在翻译这类词汇的过程中, 采用了直译加夹注的翻译方法, 能使译文更加全面清晰的传递中国的特色社会活动现象; 而对于一些

从中华五千年文化中发展而来的一些固定的表达有的采用了意译和夹注的方法, 因为在目标语的文化中能找到对等的表达如: 盲目跟风 Follow the rumor; 拜年 New year's visiting, 鸿门宴没 Ravenna feast, “鸿门宴”没有采取直译法, 而是被翻译成 Ravenna feast; 大家都知道“鸿门宴”的来自中国著名小说《三国演义》。是项羽和刘邦当时两股敌对势力当时为争夺领土, 项羽为彻底打败刘邦而举办的酒宴。这不是善意邀请, 而是想在宴会上杀死刘邦。因此“鸿门宴”是指不怀好意的邀请。

3.2 句子的翻译

在疫情宣传标语的翻译过程中, 对于句子标语的翻译主要采用了删减法、增译法和修辞和引用等手法。如: 不走亲, 不访友, 作者在翻译的过程中灵活应用了删减法, 直接翻译成“Refuse visiting!”, 言简意赅, 直接将疫情防控的紧迫性通过简短的语言表达了出来; 而在翻译“家家动员, 人人参与, 通过增译的方法将其翻译为“Every family and individual should participate in the prevention and control of the epidemic.”作者通过添加了“the prevention and control of the epidemic.”巧妙的说出了人人参与的目的就是要达到防控疫情蔓延的目的; 而对于有些标语的翻译, 确巧妙的采用了修辞的技巧, 达到惊人的效果, 如“偷吃野味, 病床c位”。这句宣传标语的翻译甚是奇妙地被翻译成了“Bushmeat is in your stomach, You are in the sickbed.”; 在这句“今年到处串门, 明天肺炎上门!”的翻译中, 作者巧妙的采用了拟人的修辞手法将其翻译成“The virus will come around when you moving around.”形象的表达出了病菌的传播性, 也更好的显示了中文的语言的自然性。同时在翻译一些标语时采用了引用的方法如: “距离产生美, 隔离也是爱”, 直接引用了一句古老的谚语, 被翻译成 Distance and Quarantine is the soul of beauty and safety。从而达到更好的宣传效果。

4 结语

本文通过对搜集的200多条中国新冠疫情防控宣传标语的翻译, 发现要想翻译好这些标语, 作者不仅要有良好的母语和目标语的语言基础。同时, 还要有丰富的知识储备可以帮助译者在翻译过程中选择最容易理解、最简洁的词语, 从而最大限度地表达原文所要表达的意思, 减少被误解的可能性。

参考文献

- [1] 侯敏, 滕永林. 词述中国战“疫”[J]. 语言战略研究, 2020(03): 50-61.
- [2] 花木嗟. 从抗疫语言中体味“四个自信”[J]. 党的生活, 2020(5): 18-19.