

外宣话语对外传播的日译策略研究

张 燕

大庆师范学院外国语学院 黑龙江大庆 163712

摘 要: 在全球化背景下, 中国国家形象的海外认知形势较为复杂, 积极与消极评价共存。为了增强我国国家形象的国际认同感, 在外宣话语的翻译实践中运用适合的翻译策略的显得尤为重要。在以日本民众为对象的在外宣话语日译过程中, 译者可以通过归化翻译架构起中日沟通的桥梁, 再通过异化翻译策略使外宣话语作为话语体系代表“走出去”, 最后采用“以我为主”的翻译策略, 有助于把控我国形象塑造的主动权。

关键词: 对外传播; 外宣话语; 日译策略

Japanese Translation Strategy of Communication DisCommunication

Yan Zhang

School of Foreign Languages, Daqing Normal University, Daqing, Heilongjiang, 163712

Abstract: In the context of globalization, the overseas cognitive situation of China's national image is more complex, and the positive and negative evaluation coexist. In order to enhance the international identity of our national image, it is particularly important to use appropriate translation strategies in the translation practice of external publicity discourse. In the Japanese people as the object in the process of propaganda discourse daily translation, the translator through naturalized translation structure can bridge the communication between China and Japan, then through alienation translation strategy to make propaganda discourse as a discourse system represents “going out”, finally adopt “give priority to with me” translation strategy, help to control the initiative of the image of our country.

Keywords: external communication and propaganda discourse, Japanese translation strategy

近年来, 伴随着我国国际影响力和综合国力的不断提升, 我国的对外传播事业取得了可喜的成绩, 但是, 我国的形象塑造仍未完全摆脱被西方“他塑”的尴尬境地, 国外民众对中国的客观认知被严重误导, 污名化现象频现。在此背景下, 外宣翻译研究与时代发展和国家战略需求高度契合, 中国文化“走出去”的伟大战略对我国国际舆论营造和国家形象对外传播起着举足轻重的作用。向世界展示中国作为东方大国、社会主义大国、

东方大国的形象, 将中国的真实形象客观地介绍给世界, 成为了我国对外宣传的有效方式。忠实、准确、创新地做好外宣话语的翻译, 将有助于构建良好的中国形象, 有助于我国国际形象的自我塑造。

一、我国对外传播现状

1.1 国际传媒格局“外强我弱”

伴随着新时期改革开放的深入, 中国的国家身份定位也不断演变, 从国际事务的“参加者”到“建设人”, 再到“负责人大国”, 世界需要更快、更准确地了解中国的发展和中国的国际立场。我国对外传播的国家级渠道主要有新华社、中央电视台、人民日报等七个重要载体。在不断地努力下, 虽然近年来在对外传播方面取得了巨大的成就, 但是国际舆论一直是由西方所主导, 我国主要媒介载体仍然不足以与美、英、日本等所掌控的西方国家国际传媒势力抗衡, 国际舆论形式仍然处于是“外

基金项目:

2020年黑龙江省哲学社会科学研究规划项目, 国家形象与外宣政治话语日译策略研究, 20YYE258。

作者简介: 张燕, 1985年8月, 女, 黑龙江大庆人, 大庆师范学院外国语学院副教授, 硕士学历, 日语语言文学方向。

强我弱”的状态且难以在短时间内彻底扭转。因此,外国受众很难通过本国媒体了解真实的中国。美联社、路透社等外国主流媒体所呈现的中国形象始终是西方媒体上所塑造和传播的中国形象,至今为止我方尚未完全摆脱因自我失语而导致身份被误构的窘迫处境。

1.2 舆论性话语权处于弱势

国家形象的对外传播往往包含该国的意识形态和价值取向。西方媒体往往采取罔顾事实、刻意放大等方式报道我国的某些社会问题和我方立场,凭借其强大的辐射力和影响力率先抢占了外国受众的关注,甚至通过炒作污名化中国形象,误导西方民众。与此相对,我国对外话语体系构建不完善、以中文为传播符号的信息量占比较低等原因,致使我国的对外宣传媒体长期处于被动状态,很难在国际舆论上响亮发声,且影响力有限。长期带有偏见的内容和刻板的印象的信息不断输出,从很大程度上严重影响了西方民众对中国的客观认知,使得西方民众对我国形象的误解不断加深,无形之中增添了我国形象的国际宣传和国家形象构建的障碍。

1.3 制度性话语权和学术性话语权处于弱势

国际话语权是指就国家事务和相关国际事务发表意见的权利,制度性话语权是主权国家参与全球治理软能力的重要体现。现当代的中国一直积极参与全球经济和安全治理,是国际经济、安全治理的参加者,也是推动者和变革者。相较新中国成立之初,我国的制度性话语权有了明显的提升,但是与美、英等发达国家相比,我国在世界治理体系中的制度性话语权仍然处于弱势,不利于国家形象的正向传播;另一方面,我国在国际学术界中的学术性话语权处于弱势,处于“有理说不出、说了传不开”的状态。而只有不同国家和文化背景的进行频繁的人文交流才有可能达成彼此间的沟通 and 理解,才能有助于处于边缘地带的研究团队掌握一定的学术性话语权。因而,深入去理解、学习西方哲学社会科学有其不可忽视的必要性。以中国理论阐述我国实践,以我国实践展示中国形象是提高我国制度性话语权和学术性话语权的可行之路。

二、外宣话语的翻译要求

国家形象最早由著名英国经济学家肯尼斯·博尔丁在提出。它作为一个跨学科概念,他认为同一国家在拥有不同意识形态、价值观念、文化传统的媒体报道下,会被塑造成不同的国家形象。通过多样的宣传活动和文化交流活动,使得西方民众更好地了解中国优秀的传统文化以及新时代中国特色社会主义思想。我国首创完整

翻译标准的先驱者、思想家,翻译家和教育家严复在《天演论》里提出了“信、达、雅”的翻译原则和标准。“信”是指忠实准确地传达原文的内容;“达”指译文通顺流畅;“雅”可解为译文有文才,文字典雅。外宣话语的日译除了需要高度关注译文的内容忠实和语言流畅问题外,正如巴斯奈特和勒菲弗尔在论文集《翻译、历史与文化论集》中阐述的那样,翻译需要关注翻译与文化间的相互作用,以及“语境、历史和习俗等更大方面的问题”。因此,在外宣话语的日译时,也需要重点关注和解决解决语言层面与文化层面的问题。

美国翻译理论家劳伦斯·韦努蒂吸收了施莱尔马赫的异化思想,1995年在《译者的隐形》一书中提出归化异化翻译策略。归化和异化突破了语言因素的局限,将视野扩展到语言、文化和美学等因素。归化法强调“把原作者带入译入语文化”,异化法则是强调“把读者带入外国情景”。在翻译实践中对语言形式采取归化的策略,对文化因素进行异化处理就可以使译文可以兼具两种策略之长,达到翻译的理想境界。从性质和翻译学角度来看,外宣话语的日译,需要将对原文的忠实与信息传递和效果来综合起来,在研究外国受众不同的文化背景、不同的习惯和特点基础上,创新地使用话语表达方式,采用“融通中外”的方式,才能最终真正地实现文化和文明的相互交流和借鉴。外宣话语日译一方面要使用异化策略突出我国特色,另一方面也要使用归化策略增强译文的可读性,将两种策略统一于外宣话语的翻译实践,实现外宣话语翻译策略的二元统一。在忠实于话语原文文本内容的基础上,结合中日之间趋同而又存异的文化背景,使外宣日译文本准确性、可接受性、文化元素有机二紧密地融为一体。

三、基于传播效果的外宣话语日译策略

外宣话语的日译是外宣翻译研究的重要组成部分,在现实生活中的翻译实践中往往以中译日为主。外宣文本的日译相较于其它文本而言,译者不能够任意对原文文本进行删减和改写,也切忌拘泥源语画地为牢。外宣话语的日译策略必须结合国情和对外传播的实际情况,基于译文读者的认知结构和审美取向,一面要确保政治等效性,一方面要保证译文的可接受性。通过对文本的阅读研究发现,译文文本往往并没有对原文文本进行大范围的编译,而是在语言、文化层面采用了灵活多样的翻译策略实施语言的融通。

(一) 语言层面的翻译策略

中文和日文两种语言由于其发展历史,民族风格,

逻辑建构的不同,使得二者各自具备其独特的语言与表达方式。中文表述讲究文字锤炼,好用四字熟语以及多样的修辞手法。译文文本中就存在大量反复、隐喻、排比等修辞手法,在将源语转化为目标语言时多采用归化的翻译策略,优先考虑意译。翻译时必须尽全力消除译文读者信息获取与反馈过程中的障碍,在领会原作的精神实质的基础上,创造性的表达原作思想。其主要策略有显化、弱化、重构等。

1. 语用显化弱化,添补文化缺省,减少翻译腔

语用显化是为了把原文隐含的文化信息和文本意图表现出来,在译文中增添有助于译文读者理解和认知的表达方式。例如:“坚持合作不对抗,要双赢、多赢、共赢而不要单赢”中“双赢、多赢、共赢而不要单赢”日译为「一人勝ちではなく、ウィンウィン、皆が勝ち組になること」。日译文中使用了归化的翻译策略,在形式上进行了明晰化处理。此处进行了语序的转换,日译时将“多赢、共赢”进行了整合,采用了「勝ち組」这一日本人更加惯用,更容易理解的表达习惯。「一人勝ち」的日译也是如此,靠近日本读者清晰地传达了原文文本的意思。又如例文:当前供给侧结构改革的主要任务是去产能、去库存、去杠杆、降成本。日译为「現在の供給側構造改革の主要任務は、過剰生産能力の解消、過剰在庫の消化、過剰債務の縮減、コストの引き下げ、脆弱部分の補強である。」“去产能、去库存、去杠杆、”是我国经济工作方面的举措,连续使用三个“去”,增加的语用的气势,但是这个对于中国读者十分熟悉的共知信息在日译时变成非共知信息也就是文化缺省,所以需要语用显化方便译文读者更好地理解,也有增强语气或气势的效果。又如:“通过不懈努力换来海晏河清、朗朗乾坤。”日译为「たゆまぬ努力によって、公平・正義で明るい世界を創る」。其中“海晏河清”出自《九日曲池游眺》,用来比喻太平盛世,天下太平;“朗朗乾坤”出自《燕青博鱼》,形容政治清明。此处若生搬硬套地采用异化策略来翻译,日本读者会不知所云。此处采用归化策略进行了简单模糊处理。

2. 语用重整,保证原文的信息和语用意图的准确传达

译者在正确认知原文作者目的的基础上,在日译时不拘泥于原文的形式,进行信息重新组合。可以对原文文本进行必要的增补、删减、改写等处理方式,以确保准确传达原文的意思和意图,达到语用效果的对等。例如:监督上级怕穿“小鞋”的日译文为「上級を監督する場合は嫌がらせをされることを恐れる」。小鞋”日译

为“找麻烦”,采用了归化的翻译策略,又通过语用显化对其背后隐含的深层次意思进行了明晰化处理,便于日本读者理解。又如:“党政军民学,东西南北中,党史领导一切的”日译为「各級、各部門、各分野、各業界の人々、全国各地はすべて党の指導を受ける」。无论是怕穿“小鞋”也好,“党政军民学,东西南北中”也好,日译文对原文文本中的部分信息进行了信息的重组,将“小鞋”“东西南北中”进行了灵活处理,通过增译、减译、重组等方式的“归化”策略进行处理,一方面便于日本受众理解,增加了可读性,另一方面传递了我国的大众方针,有地效避免翻译腔和中式日语。

(二) 文化层面的翻译策略

准确传达外宣话语的内容是中译日时必须解决的首要问题。为了保留源语的文化,采用了不少异化翻译策略,达到了预期的效果。当词汇意义在目标语言中完全空缺时,往往可优先考虑直译或者音译优先。第一次出现时可以采用直译加注释的方式,不完全空缺时结合实际考虑采用多样的翻译融通策略。

1. 模糊语义清晰化,补偿其文化信息

由于历史原因,日本无论是在文字方面还是文化方面都与中文和中国文化有着千丝万缕的联系,但并不是说我们只要将中文改写成日语汉字就能够让目标读者理解它的表层含义亦或是深层文化内涵。例如“打虎”“拍蝇”“猎狐”这样的表述即便是本国读者首次阅读是也容易一头雾水,很难从表面推测出它的意思。其实,这几个词语是党全在反腐败斗争的常常使用的措辞。“打虎”是指惩治领导干部腐败行为;“拍蝇”是解决群众身边的不正之风和腐败问题;“猎狐”是在逃境外经济犯罪嫌疑人、国家工作人员、涉腐案件人员。中译日时将“打虎”“拍蝇”“猎狐”翻译为「トラ退治」「ハエ叩き」「キツネ狩り」不利于日本一般读者的理解故在首次翻译时采用直译加注释的方式让源语隐含的信息清晰化,使读者付出最少的努力获得清晰的文化背景信息。

2. 还原缩略信息,解消文化壁垒

缩略语浓缩着丰富的文化信息,常常在同一语篇中多次出现并使用简化语言表述。如有关“三农”问题有以下表述。例:积极推进承包地确权登记颁证和“三权分置”改革,保障农民财产权益。“三权分置”改革采用直译加注释的方式日译为「三権(所有権・請負権・経営権)分離」改革。“三权分置”思想是乡村振兴的重要内容,是指形成所有权、承包权、经营权三权分置,经营

权流转的格局。为了符合日本读者的阅读习惯,体现背后隐含的丰富信息,可以使用文内信息还原或者文外加注释的方式,达到解消文化壁垒的目的。

3.解释习语典故,保留异域风情

诗词典故的使用,往往蕴含着深刻的文化内涵。在对习式典故日译时需要做出解释方便读者理解,同时为最大可能降低语义丢失,在词序、风格和内容上做最大程度的保留。如:引自王冕的《墨梅》一诗“不要人夸颜色好,只留清气满乾坤”日译成「人に美しさを誇りたいのではなく、ただ清らかな香気が天地に満ちることのみを望む」。诗人借梅自喻,表达自己不向世俗献媚的高尚情操。译文采用可直译的方式,既忠实于原文,又忠实于形式;既反映了中华文化的深厚底蕴,也体现了中国的文化自信,在享受优美文本的同时感受到了中国传统文化的博大精深。

四、结语

在外宣翻译的实践中,翻译质量直接影响我国国际形象的构建和对外传播的效果。外宣话语的翻译受到意识形态、文本类型、读者意识、翻译策略等多种因素的

制约,对我国国家形象的构建生成直接或间接、显性或隐性、即时亦或是长期的影响。因此,译者在进行外宣话语的翻译时需要选择适当的翻译策略以适应多维度的翻译生态环境,关注目标受众与信息传达。在注重严谨性和真实性的同时,也需要兼顾语言特点,从而有助于提升译文质量,影响目标受众的客观认知,达成正向的传播效果,有助于维护和提升国家形象。

参考文献:

- [1]史亭玉,张平功.《习近平谈治国理政》第三卷英译本分析[J].学术交流,2021(3):34-38
- [2]冯千,黄芳.《习近平谈治国理政》“三进”课程思政建设实证研究[J].外国语文,2022(5):16-24
- [3]孙泽学,常清煜.新中国成立初期和平共处外交与国家形象的塑造[J].当代中国史研究,2021(11):85-100+159
- [4]翟石磊.话语认同与话语协调:论政治话语翻译中的国家意识[J].学术探索,2017(05):28-34
- [5]严文斌.中国国际形象的“自塑”和“他塑”[J].对外传播,2016(06):16-18