

# 传播学视角下城市公示语的外宣翻译研究

毛海云<sup>1</sup> 冯坤<sup>2</sup> 王思源<sup>3</sup>

1. 西安翻译学院 陕西省西安市 710105

2. 陕西师范大学 陕西省西安市 710062

3. 天津外国语大学 天津市 300204

**摘要:** 公示语翻译是一种跨文化交际活动。译者不仅要具备良好的双语翻译能力、跨文化交际能力,翻译过程中还需要充分发挥主观能动性及综合管理能力,翻译时要考虑读者的文化背景、交际语境及认知习惯等众多因素,公示语翻译的质量直接影响着国家的国际形象。文章从城市宣传公示语翻译入手,基于传播学理论,从传播主体、内容、手段、对象及效果角度探讨,如何通过公示语翻译提升城市的国际形象。

**关键词:** 传播学; 城市公示语; 外宣翻译

## 1. 传播学与外宣翻译

美国著名的政治学家、现代传播学奠基人哈罗德·拉斯韦尔于1948年出版的《传播在社会中的结构与功能》一文中提出了著名的“5W”理论,解释了传播五要素之间的关系及传播过程,即:谁(who),说什么(say what),通过什么渠道(in which channel),对谁(to whom),取得什么效果(with what effects),即传播主体、传播内容、传播渠道、传播对象及传播效果,其中传播效果是最核心要素<sup>[1]</sup>。后来,有学者增加了传播目的和传播场合两个要素,这些要素之间既相互联系又相互制约。传播学的研究对象是人类传播行为和传播过程发生和发展规律及传播与人及社会的关系等。人与人之间沟通行为的研究都与传播学有关。传播学主要研究信息的传递和交流过程,翻译学则关注不同语言和文化之间的翻译与转化。

外宣翻译与传播学本质相同,都具有相同的传播要素。原作者与译者为传播主体,传播内容为外宣文本所承载的信息,传播渠道为网络、电视、报纸等媒介,传播对象为外宣文本译文的目的语读者,传播效果是在目的语读者获取信息后是否能够获得与源语读者相同的反应,传播目的是让外国读者能够更好地了解我们。传播活动既可以通过语言符号也可以依靠非语言符号,而翻译活动则依靠不同语言的转换来实现信息的传播。从传播过程来看,翻译过程更为复杂,涉及两次传播过程。第一次传播过程中,作者为传播主体,译者为传播对象;第二次传播过程中,译者为传播主体,目的

语读者为传播对象<sup>[2]</sup>。

提升国际地位和国际话语权,推广国家文化和宣传国家形象是外宣翻译的主要目的之一。译者在进行外宣翻译时,除了掌握外宣用语的语言特点,选择适合的翻译手段和技巧外,还应考虑译语受众群体的文化立场、理解能力和接受程度。

## 2. 西安公示语外宣翻译现状

公示语是一座城市的名片,蕴含了一座城市千百年来来的文化底蕴。公示语翻译的文化传播价值不只是单纯的精神文化交流,主要是直接为社会发展和经济进步服务的。西安作为丝绸之路起点城市,拥有上下五千年的历史,文化底蕴深厚,对外宣传城市形象,吸引国内外游客、投资者,促进城市发展与建设,为我国搭建良好的外交关系都起着至关重要的作用。随着“一带一路”建设的加快改进,各领域国际会议都选址在西安,越来越多的外国友人来到西安体验本土文化,这些都要求西安市政府构建更具有准确性、权威性、接受性的公示语,同时对公示语译者和译文质量也提出了更高的要求。

刘丽芬对公示语定义如下:“公示语是在公共场合呈现的具有特殊交际目的和特定功能的单或多模态符号(语言符号或/和非语言符号)。它包括路牌、广告牌、商店招牌、政府机构名称、标语、口号、旅游简介等<sup>[3]</sup>。”翻译公示语时,应充分考虑译语受众群体的理解预期及可能会遇到的理解障碍,尽量采用译入语的习惯表达,即归化处理译文,以

营造一种让译语受众“乐于”和“易于”倾听的语言表达习惯，以便更有效地呈现和传播中国传统文化。

俄语作为“一带一路”沿线国家通用语，译语为俄语的公示语宣传成为讲俄语的国家了解我国城市文化最直观的媒介。由于译者的外语水平和能力不足，翻译人员素质参差不齐，文化、语言和思维方式差异，母语负迁移的影响，缺乏有效的审核和监管，公示语标牌制作方的态度和能力、流程监管，政府、社会、个人、学校对公示语翻译的不重视等诸多原因，使得西安公示语翻译存在很多不尽如人意的地方，例如：字母拼写错误、不区分大小写、拼音代替翻译、标点误用或缺失、用词不当、译名不统一、语法错误、信息传达有误等问题。此外，标牌空间格局方面，俄语景观构型格局也需要改进，如语码排序不一、字号大小不统一等问题，扰乱了视觉秩序，影响受众阅读。

### 3. 传播学视角下的公示语外宣翻译

#### 3.1. 从传播主体看公示语外宣翻译

传播者是传播活动的实施者，更是传播活动的主要控制者。传播主体在公示语翻译中指得是翻译策动者和从事翻译者，可以是个人，也可以是团队或组织机构。公示语翻译是对两种在不同社会环境中且具有不同文化的语言的转换，因此，公示语译者是集翻译者与文化传播者双重身份于一身，不仅传达语言思想，而且更是文化宣传大使。翻译公示语时，译者不仅要关注中西方文化在语言使用规范上存在的差异，进行语言层面的转换，还要关注语言背后的文化底蕴，对外国受众所不熟悉的文化背景进行补充，使译文更好地被理解和接受<sup>[4]</sup>。要不断完善译文的行文，以达到交际意图。

译者需要具备三种能力。首先，要具备较好的语言能力。翻译时，译者除了对源语语言信息进行准确转化，传递源语承载的文化之外，还要探究源语语言的交际目的和受众的心理感受，了解原文译文的语言差异，采取灵活的翻译策略，在翻译时进行适应性转化，以实现交际维度和谐。其次，译者作为文化的国际交流传播主体，自身的品质和职业素养非常关键。高素质的国际传播人才必须具备内知国情、外晓世界；中文思考、外语表达；始于翻译、精于编译的能力。还应充分考虑中西文化差异、思维差异，把文化素养和知识底蕴的养成放在核心位置。最后，译者应具备较高的项目管理和国际化服务能力。

#### 3.2. 从传播内容看公示语外宣翻译

由于不同民族的人民接触的文化传统、社会背景、宗教信仰及风俗习惯不同，从而形成不同的认知结构，使得公示语的传播主体和国外读者的认知相异，导致理解时容易出现偏差。汉语表达思想时含蓄深沉，善用铺排或对仗，经常隐含特有的地方文化和历史典故。与汉语相比，俄语的表达较为直白和简洁明了<sup>[5]</sup>。

此外，公示语通常以凝练的形式获取最佳的反馈效果，公示语翻译应重点关注译文的简洁性、准确性和可读性，这在传播的过程中起到至关重要的作用。公示语翻译作为交际行为是一种“单向交际”，交际双方没有互换信息的机会，对公示语的理解只能依赖当前文本的具体语境。为确保这个单向交际取得成功，译者在公示语翻译过程必须充分认识到公示语的内容具有高度语境依赖性，读者有效地接受公示语的译文内容也要靠语境<sup>[6]</sup>。因此，译者需要充分了解公示语语境。

#### 3.3. 从传播手段看公示语外宣翻译

首先，可以结合归化翻译法与异化翻译法，使用归化和异化法到翻译活动中，能保留源语携带的文化内涵、原汁原味地再现源语文化，促进中国文化“走出去”。其次，使用直译法可以还原翻译材料本身，保持原文形式不被改变，是最为常见的翻译方法，如果运用得当，不仅可以将原文内容生动再现，弘扬中国传统文化，又可以潜移默化地对读者输出中国的价值观和意识形态，实现我国文化自信。再次，公示语翻译如果忽视不同文化语境所要表达的文化内涵，则不能有效达到跨文化交际和对外文化传播的目的<sup>[7]</sup>。

#### 3.4. 从传播对象看公示语外宣翻译

传播对象是信息的接受者和反应者。传播学认为，受众群体接受信息时都有自己的选择，信息接受的过程也是受众进行选择的心理反应过程，其中最重要的就是选择性心理。选择性心理是受众者在传播活动中对所接触的各种信息和传播方式本身进行选择的过程中表现出的思维现象。受众接收信息时具有三种选择性心理特点，即选择性注意、选择性理解和选择性记忆，在翻译传播过程中，这关系到读者对公示语译文接受的整个过程<sup>[8]</sup>。

公示语译者在翻译时应当重视公示语读者的选择性理解方式，尽量减少公示语译文给读者带来的误解，加强读者的文化认同，实现公示语顺利传播的目的。在全球化背景下，

除了从利益共同体和命运共同体视角出发外，还要突出共同的价值理念和情感机制，寻找价值和情感的普遍性，突出共同的利益、情感和价值诉求。

### 3.5. 从传播效果看公示语外宣翻译

翻译是在充分理解源语言的基础上用译入语表达出的复杂创造性传播活动。传播效果是检验传播活动成败得失的重要尺度。在文化传播过程中，经常会碰到一些专有名词，由于译者的翻译习惯不同或使用的翻译方法不同，同一个专有名词的译文版本也会不同，这种结果多少会影响到文化的对外传播效果。

为了达到传播效果，应积极推进各级政府将公示语翻译规范纳入其监管范围并加以落实，建立统一的翻译标准，规范专有名词的翻译原则。此外，研究者和从业者应潜心钻研如何提高产品公示语的终端翻译质量，组件公示语翻译专家团队，从翻译、审核到发布以及纠改，确保规范严格的流程和质量把控，使公示语翻译真正取得实效，为政府提供高质量的公示语翻译成果，进一步城市提高文化传播效果。

## 4. 结语

公示语是一个城市对外宣传的名片，外宣翻译质量直接可以影响到一个城市国际化的进程和当地经济总体发展的水平。随着现代化、信息化、全球化的不断加深加强，公众对公示语的翻译质量也提出了更高的要求。双语或多语公示语规范化建设是打造和提升城市国际形象的一部分，能促进城市语言环境和人文环境的改善，城市特色文化的外宣，提高城市旅游业和贸易业的发展。研究传播学视角下城市公示语的翻译，可以为大型涉外活动的翻译工作提供一定的参考，使持不同语言者进行文化交流沟通变得更加容易，能更好地为我国文化的外宣和国际传播服务。

## 参考文献：

- [1] 哈罗德·拉斯韦尔, Harold Lasswell, 拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能 [M]. 社会传播的结构与功能, 2013.
- [2] 李娟. 传播学视角下海南本土文化与外宣翻译的衔接策略 [J]. 琼州学院学报, 2020, 027(003): 62-66.
- [3] 刘丽芬. “公示语”定名理据及概念重识 [J]. 中国外语, 2020, 17(2): 8.
- [4] 郭聪. 翻译传播学视阈下杭州国际形象建构研究——以公示语英译为为例 [J]. 现代语文(语言研究版), 2017, 000(011): 142-145.
- [5] 谈津雷, 王倩, 杨玉. 传播学视角下景区公示语翻译研究和效果量化思考——以普达措国家公园为例 [J]. 科技传播, 2022, 14(16): 102-105.
- [6] 樊静. 新形式下的公示语外宣翻译与城市形象塑造——以十堰市为例 [J]. 黑河学院学报, 2022, 8.
- [7] 张枝新, 陈光明. 传播学视角下辜鸿铭的儒家文化外宣翻译解析 [J]. 安徽工业大学学报(社会科学版), 2012, 3.
- [8] 吕俊. 吕俊翻译学选论 [M]. 吕俊翻译学选论, 2007.

## 作者简介：

第一作者：毛海云（1974.6.8 - ），女，汉族，河南南阳，硕士研究生，副教授，研究方向：俄语教学、笔译实践；

第二作者：冯坤（1992.10.1 - ），女，汉族，陕西榆林，博士在读，助教，研究方向：翻译学；

第三作者：王思源（1991.8.15 - ），女，汉族，山西太原，博士在读，讲师，研究方向：中央文献对外翻译与传播。

## 基金项目课题：

西安翻译学院 2024 年校级知识图谱课程《中俄笔译理论与实践 II》立项。