

模因论视角下的新闻标题翻译研究

谭思瑶

江西软件职业技术大学 广东湛江 524000

摘要: 模因是在20世纪末提出的,指的是人们在文化领域相互模仿和传播信息,并代代相传的思想和观念。而新闻既是传播的工具,也是思想和观念的载体。因此,采用模因论的视角,选取正确的翻译策略,有利于使新闻标题传播更广,表意更加清晰,模因论对其翻译有着无法替代的指导和借鉴作用。本文受模因论启发。旨在探究新闻标题翻译中的模因的类型和特点以及强势模因的形成要素,促进英语新闻标题的丰富与发展。

关键词: 模因论; 新闻标题; 强势模因

引言:

进入21世纪以来,中国社会进入了一个新的时代。国际新闻产业的发展速度是任何人都无法想象的。与此同时,中国的新闻通信业正步入快速发展的轨道。在这一背景下,中国的新闻传播起着至关重要的作用,它对社会环境有着极其重要的意义。

俗话说,“看报纸先看标题,看书先看书名”,新闻标题无疑是新闻的灵魂,也可以被看作是最核心的部分,换言之,它是新闻内容的总结和结论,也最生动的新闻梗概,常被人们视为“新闻的眼睛”。新闻标题可以高度概括新闻内容,一个好的标题可以为新闻增添光彩。阅读新闻标题的读者将能够知道整篇文章的主要思想,然后兴趣就会涌进来。因此,一条有趣的新闻主要取决于标题翻译的质量。

模因论近年来与翻译研究密切相关。然而,关于其在新闻标题中的应用的研究却很少。模因是文化思想传播的基本单位,强势模因具有高保真度、多产性、长寿性的特征。而翻译是用语言来传播和复制模因,将模因论引入新闻标题翻译,探讨英语新闻标题汉译的模因策略。为了让译语模因在新的文化环境中成功地生存传播,译者可以打造出强势译语模因,促进英语新闻标题的发展。本文从模因论的视角出发,尝试分析新闻标题翻译中的模因类型和强势模因的形成,旨在为新闻工作者翻译有传播力度和吸引眼球的标题提供一些借鉴。

一、模因论

1. 模因

课题项目: 受湛江科技学院2019年院级质量工程项目《翻译专业教学团队》资助(项目编号:ZLGC2019003)

作者简介: 谭思瑶(1995—),女,汉族,江西,硕士,湛江科技学院,助教,翻译理论。

本文基于理查德·道金斯在生物学领域首次提出的模因理论。他在1976年出版的《自私的基因》(the Selfish Gene)一书的最后一章介绍了模因的概念。他认为,模因是文化信息的单位,不断被复制和传播的语言、文化实践、思想或社会行为都属于模因。同时,丹内特认为是模因指导了文化交流(Dennett, 1995);1997年,在《翻译模因》一书中,翻译理论的模因学派诞生了。核心人物是安德鲁·切斯特曼。在对其翻译模因的研究中,他提出了“超级模因”的概念,并总结了翻译模因库中存在的五种超级模因。在国内,模因论引进我国学界始于本世纪初,它是一种用于解释文化进化的理论。语言中的模因就是语言模因,任何字、词、语句乃至篇章,只要通过模仿得到复制和传播,都可以成为模因(谢朝群、何自然,2007)。

2. 强势模因

模因就像基因一样,在激烈的竞争中寻求生存。在模因的生命周期中,一些模因生命力比较顽强,复制和传播的速度较快,停留时间较长,令人印象深刻,这样的模因被称为强势模因。大多数模因只是昙花一现,在彼此之间相互的竞争中,因为语境、内容、时间或形式等因素的影响,被强势模因所取代(何自然,2005)。而在自然竞争中无法长期生存的模因,属于弱势模因。根据Richard Dawkins的说法,可以依据以下三个标准来判断强势模因:保真度、多产性、长寿性。保真度是指模因复制的准确性,也就是说在复制的过程中,原始模因的核心和本质不能被遗漏或者篡改。多产性是指模因复制的速度,模因被复制得越快,就越有可能得到更广泛的传播。长寿性是指模因被复制后存活的时间越长,就能复制出越多的模因副本。

形成强势模因的关键在于强化其核心力量,在弱势模因中加入强势模因的元素,或者使弱势模因具有强势

模因的模式。强势模因和弱势模因是一组相对的概念，因为我们无法预测当下模因的传播时长，有些模因因为不被目标接受而消失，有些模因在短时间流行过后却逐渐消逝，虽然无法找到预测模因寿命的措施，但所有的强势模因都具有这三个特点：保真度、多产性、长寿性。通过这些特点，我们可以有意创建符合我们需要的强势模因，那些能够长时间传播的翻译模因，必然有极强的生命力。

二、新闻标题翻译中的模因分析

新闻语言是最能反映时代最新潮流趋势的“活语言”，而新闻标题作为“画龙点睛”之处，需要精准呈现文章内容，并且吸引读者注意，会常常模仿或复制一些常见的大众用语，比如：俗语，网络热词等等，形成了一种模因现象。下面对新闻标题翻译中的模因类型和特点进行分析。

1. 基因型模因

基因型模因的主要特征是相同的信息用不同的形式传播，又称为同质异构，主要分为两种模式：同样的信息直接传播和同样的信息间接传播，第一种指的是不改动信息内容，直接进行传递，比如说对一些经典的俗语，口头禅或者热词进行直接转述等。如果是在和源语相似或者相近的语言环境中，使用这种直接传递的形式来自我复制可以达到更好的传播效果。第二种指的是异形传播，传递的是相同的信息内容，但是复制过程中为了更好的传递效果，出现信息形式或表面意义变化很大的情况，但是这种的变异不会改变原始内容，复制的结果与原来一致。同质异构的模式下产出的标题翻译往往更加生动具象，在保持新闻标题核心要义的前提下，增添了风味。比如一篇热评：“民主峰会”邀请台湾，以“民主”行霸权，译者把标题处理为：“Democracy” isn't Coca Cola! 可口可乐作为一种家喻户晓的饮品，具有很高的知名度，价格便宜，随处可见，在这里，译文把民主和可乐放在一起，进行了讽刺，表达了不能把民主这个概念像可乐一样随意处理，而且全世界的可乐都是一个口味的，但显然民主制度不可以一概而论，不可以被强加标准。虽然这样的联系是读者与译者通过默契和联想缔造的，可口可乐与民主之间并无直接联系，但是采用人们熟知的语言概念有助于增加曝光量，其次，这样的译文较为完整地复制了原标题的内涵，十分独特又具有吸引力，借助可口可乐这一个广为人知的概念打造出强势模因，使人一看就有一种亲切感，易于接受，吸引读者的关注。

2. 表现型模因

根据前人的研究成果（Cloak, 1975; Dawkins, 1982; Blackmore, 1999）可以将复制、传播模因过程的行为表现看作是模因的表现型。这种类型的模因采用统一的表现形式，但分别按需要表达不同的内容。以所谓“旧瓶新酒”或“移花接木”方式出现的就是横向并联传播的模因，它按需而发，形式近似，内容迥异，是模因的表现型（何自然，2005）。模因的表现型又被称为同构异质型，在新闻标题中，这种传播形式通常表现为使用各种修辞手法或者借用一些典故，社会流行语，电视电影台词等等，引导读者把新闻标题和一些熟悉的内容进行关联，进而产生共鸣，对文章内容可以快速联想，从而扩大传播力度。如美国新闻周刊对汶川大地震的一篇报道 *Hurting and Homeless*，译者把题目翻译为“心无所依，身无所栖”，还原了原文的押韵，原文用的是“H”押头韵，译文“心”与“身”相对，“依”与“栖”呼应，两句相对仗，同时又押尾韵。“无所依”这个短语在《汉书》以及柳宗元的《小石潭记》中都有同样的表达，这样的翻译保留了原本的修辞，并且与目标语受众所熟悉的语言形式相关联，有助于增加阅读量。

3. 英语新闻标题中的强势模因特点

大众文化主要面向大众，在社会普通文化消费群体中广泛传播，是一种为大多数人所了解的文化形式，而新闻是大众文化中不可或缺的重要组成部分，充斥在人们的生活当中，报纸上，地铁上，广播里，电视上，手机客户端等等都播放着或呈现着各式各样的新闻，并且与时俱进。而一条新闻能否得到足够的关注度，被查看后能否鲜活地存留在群众的头脑中，能否通过各种形式复制到其他个体的脑海中，这些都与标题的好坏紧密相关，因此英语新闻标题的翻译要具备以下几种特点才能达到树立强势模因，先声夺人的效果：

4. 简洁性

首先，英语新闻标题中使用的词汇具有特殊性，其特点应趋向于简洁、短小、新颖、生动。使用最广泛的词是小词、缩写词。其次，新闻标题整体也要简明扼要，言简意赅，信息要简单明了，要体现对新闻重点内容的概括，要让读者一眼能看明白。一个简单短小的新闻标题容易在受众的脑海里停留，增加模因被复制传播的可能性。反之，若是把新闻标题翻译地很冗长，读者容易没有阅读的兴趣，从而产生不了强势模因。同时，越简单的模因在复制和传递的过程中越容易保留原有模因的内容，即加深记忆的深度，记得更牢。比如中文标题原文为：12月佳片云集这5部电影最值得期待！译者译为：5 films to watch this December，首先“5”直接用阿

拉伯数字表示,一目了然,比“five”更简洁,读者的反应速度更快,其次,译者大胆舍去了原文中的修饰部分,用尽可能少的话语表达出新闻内涵的效果,同时使得信息能被读者接受并传播。

5. 实用性

信息实用的语言也会形成模因。一个新闻标题模因要在众多相互竞争的模因中脱颖而出,靠的不是噱头,而是要提炼主题,要反映新闻事实中的要旨和精华,如果原文表达中存在着一些目标受众在其背景知识中所无法理解的概念,就不能生搬硬套地翻译,而是要从实用性出发,比如中国日报上一篇文章名为:迪士尼新晋万人迷:一只没有故事的小狐狸,官方翻译是:China's New Female Idol Is a Pink Fox Named LinaBell。对于中国人来说,玲娜贝尔是上海迪士尼发布的IP形象,而且在主流媒体上常有相关报道,所以就算不提及名字,中国民众对于其形象也十分熟悉。但是对于目标语群体来说,如果不写名字,只说是迪士尼的狐狸,很有可能会一头雾水,甚至产生误解,因此,翻译根据实用性,加上了特征的描述,比如“female, pink”等,而且作为迪士尼人物,名字无疑是一个强势模因,这样的表达更加具体,容易给人留下深刻印象。

6. 精准权威性

追求新闻标题的简洁性和实用性的前提条件是标题的精准性,精准性是新闻标题模因在复制和传播的过程中的第一要素。精准指的是标题要准确地概括新闻的核心内容、精神实质,要把新闻的主要内容反映到标题上。权威指的是在新闻标题翻译中的每一个用词表达必须合乎客观实际,不歪曲原意,书写方式也要正确。所以,新闻标题不能盲目的为了渲染强势模因夸大其词。不准确的标题会误导读者,失去新闻报道的价值。例如,

COVID-19(新冠)就是时政类新闻中被经常引用的强势模因,这种固定的强势模因不可以改写也不可以自行改造翻译。

三、结束语

模因论为新闻标题的翻译创作提供了一个新的视角,翻译的标题如果带有强势模因,则可以吸引更多的读者,被更多人记住。本文从模因论出发,探究了新闻标题翻译的几种模因类型以及强势模因特点,了解模因论及其复制,传播的方式,有利于为新闻标题翻译中打造强势模因提供帮助,而强势模因也可以大大增加新闻的传播力度。

参考文献:

- [1]Blakemore, S. *The Meme Machine*[M]. Oxford: Oxford University Press,1999.
- [2]Chesterman, Andrew. *Memes of Translation: The Spread of Ideas in Translation Theory*[M]. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1997.
- [3]Dawkins, R. *The Selfish Gene*[M]. Oxford:Oxford University Press, 1976.
- [4]Dennett, D. *Darwin's Dangerous Idea: Evolution and the Meanings of Life* [M]. London: Allen Lane Press, 1995.
- [5]何自然.语言中的模因[J].语言科学, 2005(06): 54-64.
- [6]何自然.语用三论:关联论、顺应论、模因论[M].上海:上海教育出版社, 2007.
- [7]贾雯.英语新闻标题语模因现象探析[J].海外英语, 2021(16): 80-81.
- [8]谭占海.语言模因研究[M].成都:四川大学出版社, 2009.
- [9]赵庆.顺应论视角下国内新闻标题强势模因分析[J].现代英语, 2020(20): 124-126.