

从《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》词汇英译看中国形象自塑

王苗, 高芸

上海中医药大学, 上海

收稿日期: 2022年4月13日; 录用日期: 2022年5月5日; 发布日期: 2022年5月13日

摘要

全球抗疫背景下, 中国抗疫取得突破性进展, 中国通过发布《抗击新冠肺炎疫情的中国行动》(下面简称为“抗疫白皮书”)向各国共享抗疫信息。它以归化异化理论为指导, 从词汇视角探究该白皮书英译策略, 以及和国家形象塑造的关系。研究发现该白皮书中含有大量特色词汇, 且对外宣传政治功能明显, 译者通过灵活地运用直译、音译等异化策略以及意译和释译等归化翻译策略, 站在受众角度最大程度地保留了中国特色文化, 塑造了真实、鲜明、立体的国家形象, 从而最终实现文本预期翻译目的。

关键词

抗疫白皮书, 国家形象, 特色词汇, 归化异化

Self-Shaping of Chinese Image from the English Translation of the Vocabulary of *China Action to Fight the Epidemic Situation of New Crown Pneumonia*

Miao Wang, Yun Gao

Shanghai University of Traditional Chinese Medicine, Shanghai

Received: Apr. 13th, 2022; accepted: May 5th, 2022; published: May 13th, 2022

Abstract

Against the backdrop of the global fight against COVID-19, China has shared anti-epidemic infor-

mation with various countries by issuing the *China Action to Fight the Epidemic Situation of New Coronary Pneumonia* (hereinafter referred to as the “White Paper on Anti-epidemic”). Guided by the theory of domestication and foreignization, it explores the translation strategy of the White Paper from the perspective of vocabulary and its relationship with national image building. It is found that the white paper contains a large number of characteristic words, and the political function of external publicity is obvious. By flexibly using alienation strategies such as literal translation and transliteration as well as naturalized translation strategies such as free translation and interpretation, the translator preserves the Chinese characteristic culture to the greatest extent from the perspective of the audience, shaping the real, vivid, three-dimensional image of the country, and thus ultimately achieves the intended translation purpose of the text.

Keywords

White Paper on Anti-Epidemic, National Image, Characteristic Words, Naturalization and Dissimilation

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

作为一国对外宣传的重要载体和手段, 白皮书成为中国和国际社会关系变化的“晴雨表” [1], 是世界了解和认识中国不可或缺的重要窗口 [2], 对国家形象塑造的影响力不容小觑。当前, 基于全球新冠疫情蔓延的大背景下, 国务院新闻办公室发布了《抗疫白皮书》。该白皮书全篇约为 3.7 万字, 它通过简练的语言、严谨的叙述方式和大篇幅的数据记载分析, 记录了中国人民抗击疫情的伟大历程, 体现了人民至上的情怀; 向国际社会分享中国抗疫的经验做法, 展现了中医药在此次抗疫过程中的意义所在, 赢得了国际社会的广泛关注; 阐明全球抗疫的中国理念、中国主张, 充分展现中国致力于人类和平的伟大事业。从而塑造了中国文化强国、负责任大国和东方大国的形象。本文将以此白皮书为例, 从特色词汇方面入手, 研究其英译策略, 旨在探究词汇翻译与国家形象塑造的关系, 以为政治白皮书词汇翻译提供思考, 从而有效塑造中国国家形象。

2. 中国形象自塑与《抗疫白皮书》特色词汇英译翻译策略

关于国家形象的概念, 管文虎等(1999: 23)在《国家形象论》中界定了这一概念: “国家形象是一个综合体, 它是国家的外部公众和内部公众对国家本身、国家行为、国家的各项活动及其成果所给予的总的评价和认定国家形象具有极大的影响力、凝聚力, 是一个国家整体实力的体现。” [3]构建中国国家形象的首要问题是“构建什么样的国家形象”。中国应向世界展现最为真实的、鲜明的、立体的“文明大国”“东方大国”“负责任大国”“社会主义大国”形象 [4]。在当前全球新冠疫情蔓延的背景下, 《抗疫白皮书》作为塑造国家形象的重要媒介之一开始对外传播, 注重用海外群众喜闻乐见的方式来讲好中国抗疫故事, 在让海外群众感受到中国抗疫理念的同时, 又感受到其中蕴含的中医药文化, 从而让世界听到中国的声音, 看到中国的身影。《抗疫白皮书》作为一种权威性的政治文献, 行文措辞严谨, 蕴含中国文化内涵的特色词汇繁多。对于译者来说, 是否能采取适当的翻译策略, 准确恰当地翻译中国特色词汇对译文质量和中国形象塑造至关重要。

归化、异化翻译策略指译者针对两种文化和语言的差异, 面对翻译目的、文本类型、作者意图和译入语读者等方面的不同而采取的两种不同的翻译策略。归化翻译要求译者向目标语读者靠拢, 采取受众者所习惯的表达方式再现原文内容, 旨在帮助读者更好地理解译文, 增强译文的欣赏性和可读性, 即“尽量不打扰原作者, 让读者靠近作者”, 而异化翻译即要求译者向原文作者靠拢, 采取作者所使用的源语表达方式, 旨在保留异域民族特征和语言风格特色, 即“尽量不打扰读者, 让作者靠近读者” [5]。如在英译策略分析中, 对于俗语、修辞语和一系列带有引导作用的防疫标识英译, 译者以归化为主; 而对于带有中国特色文化内涵的词汇英译, 则以异化为主。由此可看出为产出既体现中国文化内涵, 又符合西方读者表达方式的译文, 译者需根据文本特色和翻译目的, 灵活运用直译、音译等异化策略, 以及意译、释译等归化翻译策略, 从而塑造真实、鲜明、立体的中国国家形象。

3. 抗疫白皮书特色词汇英译策略

3.1. 直译

例 1: 原文: 驻外使领馆尽力履行领事保护职能, 通过各种渠道宣介疫情防护知识, 向留学生发放 100 多万份“健康包”。

译文: Chinese embassies and consulates abroad have disseminated information on COVID-19 prevention and self-protection through all channels, and have provided more than 1 million “health kits” to overseas Chinese students.

分析: “健康包”是海外疫情爆发以来, 面对世界范围内多个国家都出现的防疫物资短缺的情况下, 中方各领事馆充分调动各种资源, 筹措并向留学人员发放的防疫必备物资用品。译者采用直译的译法, 将“健康包”译为“health kits”。作为物资用品, 单词对应单词地翻译出其意思, 简洁清晰, 保留原文含义, 表达出来了中国关切海外学子的心情, 充分展现了中国致力于以中国行动体现中国精神、展现中国人风貌的大国理想, 积极呈现了中国为人类抗疫过程作贡献的负责任大国形象。

例 2: 原文: 个人通过政府服务网络平台在手机上下载“健康码”, 作为出行、复工复产复学、日常生活及出入公共场所的凭证。

译文: Individuals could download health QR codes from government service network platforms to serve as permits for making trips, going to school or work, daily life and accessing public venues.

分析: 健康码是疫情期间政府为监测个人健康情况, 追踪个人足迹, 防止疫情扩散所研发的全新应用。凭借健康码人们可出行公共场所, 有助加快推进复工复产。译者采用直译的方式, 单词对应单词, 将“健康码”译为“health QR code”。作为一种现代科技, 从字面上表达出其意思, 简洁清晰, 有利于向海外推广健康码。

3.2. 音译

例 3: 原文: 筛选金花清感颗粒、连花清瘟胶囊/颗粒、血必净注射液……促进了核酸转阴, 提高了治愈率, 加快了恢复期康复。

译文: Jinhua Qinggan Granules, Lianhua Qingwen Capsules/Granules, Xuebijing Injection... have proved effective in treating different types of COVID-19 patients.

分析: 本句包含多种中成药药品名称(金花清感颗粒、连花清瘟胶囊/颗粒、血必净注射液)。对于中成药, 译者选择音译, 没有一一对应地将其直译为晦涩难懂的药品功效术语, 相对来说更加简洁, 强化了受众读者的记忆点, 把抽象深奥的中医药知识转变为人们易于理解、把握的表达方式, 既能够凸显出中成药在此次抗疫过程中的显著疗效, 又进一步向世界塑造了中国健康、科学和正面的东方大国形象。

3.3. 意译

例 4: 原文: 个别国家无视这些信息耽误疫情应对和拯救生命, 却反称被中国“延误”, 真是“欲加之罪, 何患无辞”。

译文: Certain countries ignored this information, and now blame China for their own failure to respond to the epidemic and protect their people's lives. Those who are intent on maligning others will easily find a pretext.

分析: 我国的政府公文中出现的一些特色政治词汇通常会借用俗语、典故等来巧妙地形容政策措施, 体现了中文鲜明的表达意象性、语义隐含性与修辞艺术性[6]。如, 此例句中的“欲加之罪, 何患无辞”为中国传统文化典故, 出自《左传·僖公十年》, 意为如果一心一意想要加罪于人, 就不愁找不到罪名。译者将其意译为“Those who are intent on maligning others will easily find a pretext”, 准确地传达出了其文化内涵, 同时又考虑到了译文的白话性与可读性。

例 5: 原文: 和不平发展、合作共赢的历史车轮依然滚滚向前。

译文: Peace, development, and win-win cooperation will prevail.

分析: 准确的修辞使用能够增强中国政府报告的可读性和接受性, 将国家的意愿和要求通过最佳的方式表达出来, 便于人们理解政府工作报告的内容[7]。政府报告中恰当地运用比喻的手法, “以显露本质、突出特征、浅显事理”[8]。这句话中, 本体是“和平发展、合作共赢”, 喻体是“车轮”, 将和平发展、合作共赢比成车轮, 强调了这种趋势在当今世界的盛行。“prevail”意思为“流行、盛行”, 译者将其意译为“prevail”一词, 与原文隐喻含义相对应, 使语言更为精炼地道, 这样处理便于受众读者理解其隐喻内涵, 避免造成中西思维差异。在遇到此类修辞类词汇时, 要求译者靠近读者, 把握政府文本对外传播过程中语言的通俗易懂的特点。

3.4. 释译

例 6: 原文: 在公共场所设置“一米线”并配以明显标识, 避免近距离接触。

译文: Clear signs urging people to maintain at least one meter of distance and avoid close contact could be seen in all public places.

分析: “一米线”, 意为人与人保持一米以上的距离。“一米”是医学上公认的致病传染区域, 也是规避传染源的安全距离。如果只是简单的直译为“one meter line”, 则会无法向受众读者传达出原文所强调的“保持距离”这一深层意思, 因此译者将其解释性翻译为“urging people to maintain at least one meter of distance”。此译法是对“一米线”这一抽象措施的具体解释, 增添了“人与人”、“保持距离”这两个重点, 有助于受众读者明确该措施的具体指向为人与人保持距离。若只是单纯的注重形式而非实质内容, 对这类疫情措施采取机械式翻译, 则英译不具备现实意义, 不利于受众读者领悟其内涵。这里采取适当解释性翻译, 可使“一米线”形象呈现得更加丰满、全面, 传递出独特的中国理念和中国主张。

例 7: 原文: 扎实做好“六稳”工作, 全面落实“六保”任务。

译文: They were required to stabilize the six fronts (employment, finance, foreign trade, inbound investment, domestic investment, and market expectations), and guarantee the six priorities (jobs, daily living needs, food and energy, industrial and supply chains, the interests of market players, and the smooth functioning of grassroots government)..

分析: 在中国的政府文件中, 有许多数字缩略语的表达方式, 通常是对政府某项措施的高度精炼和概括, 译者在遇到这类词汇时, 应精准把握这类词语的语境和内涵, 需要将其含义完整译出。如, 此例中译者以加注形式体现“六稳”——“稳就业、稳金融、稳外贸、稳外资、稳投资、稳预期工作”和“六保”——“保居民就业、保基本民生、保市场主体、保粮食能源安全、保产业链供应链稳定、保基层运

转”, 将“六稳”和“六保”的含义具体化, 不会产生信息缺失。该译法最大程度化解了由文化差异造成的误解, 使目标读者更加直观地感受到我国政府在面对经济形势发生重大变化, 外部环境严重恶化, 经济平稳健康发展面对一系列新挑战和新风险背景下所作出的工作安排, 同时也增强了这类政治性词汇对外传播的有效性和接受性。

4. 结语

本文以抗疫白皮书为例, 基于案例分析, 发现抗疫白皮书中含有大量的中国特色词汇, 且对外宣传作用明显, 带有一定的政治目的。译者在英译过程中基于这两点选择了归化异化的翻译策略, 实现了对外传播这一翻译目的, 从而有效地宣传了中国形象。如对于俗语、修辞语和一系列带有引导作用的防疫标识英译, 译者以归化为主, 增强译文的可读性, 以期传递中国抗疫理念与主张; 而对于带有中国特色文化内涵的词汇英译, 则以异化为主, 最大程度地保留中国特色, 以期体现中国风貌。抗疫白皮书英译本站在受众角度最大程度地保留了中国特色文化, 塑造了真实、鲜明、立体的国家形象, 从而最终实现对外传播这一预期翻译目的, 给相关译者带来了很大的借鉴意义。

参考文献

- [1] 李少杰, 赵可金. 中国白皮书的国际政治功能变迁[J]. 国际政治科学, 2014(3): 86-113.
- [2] 刘朋. 中国政府白皮书与国情宣传——基于 34 部中国政府白皮书的考察分析[J]. 湖北行政学院学报, 2010(3): 5-9.
- [3] 管文虎. 国家形象论[M]. 成都: 成都科技大学出版社, 2000.
- [4] 洪晓楠. 中国特色话语体系与国际形象构建[J]. 人民论坛, 2021(31): 17-21.
- [5] Venuti, L. (1995) *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge, New York.
- [6] 董晓菲. 中国特色政治词汇的翻译: 以《2019 年政府工作报告》为中心[J]. 海外英语, 2021(5): 143-144.
- [7] 许薇. 2015 年中央政府工作报告修辞特点探析[J]. 蚌埠学院学报, 2016, 5(2): 36-38.
- [8] 徐伯鸿. 诗情画境: 中国古代“诗中有画”问题研究[M]. 长春: 吉林人民出版社, 2003: 44-46.