



多维视域下的外宣 翻译体系构建研究

◎杨友玉 / 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

本书系2018年度河南省软科学研究计划项目“中原文化外宣翻译技术的本地化质量导向研究”（编号182400410373）的研究成果。

多维视域下的外宣 翻译体系构建研究

◎杨友玉 / 著



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

·北京·

内 容 提 要

外宣翻译研究具备跨学科、多维度、宽进路的特征,对其的探讨就必须具有相当的包容性、系统性与综合性。本书在对外宣翻译概念界定的基础上,分析了我国外宣翻译研究的历史及现状,从而提出了新常态下外宣翻译的原则与策略,并进一步从对外传播学、语言学、跨文化交际学的视角出发,集中阐述外宣翻译的主要特点和基本原理,最后对目前我国外宣翻译中常见的误译现象进行分析归纳,剖析了造成各类误译的内在原因,进而提出相应的翻译策略和技巧,并探讨了现代外宣翻译的新技术——机器翻译的发展与运用。

本书内容点面结合,针对性强,可供口笔译工作者、外事工作者、新闻工作者、高校师生等阅读参考。

图书在版编目(CIP)数据

多维视域下的外宣翻译体系构建研究 / 杨友玉著

· --北京:中国水利水电出版社,2018.9

ISBN 978-7-5170-6672-9

I. ①多… II. ①杨… III. ①中国对外政策-宣传工
作-语言翻译-研究 IV. ①H059

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第171313号

责任编辑:陈洁 封面设计:王伟

书 名	多维视域下的外宣翻译体系构建研究 DUOWEI SHIYU XIA DE WAIXUAN FANYI TIXI GOUJIAN YANJIU
作 者	杨友玉 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路1号D座100038) 网址:www.waterpub.com.cn E-mail:mchannel@263.net(万水) sales@waterpub.com.cn
经 售	电话:(010)68367658(营销中心)、82562819(万水) 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	三河市元兴印务有限公司
规 格	170mm×240mm 16开本 16印张 228千字
版 次	2018年10月第1版 2018年10月第1次印刷
印 数	0001-2000册
定 价	64.00元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

前言

当今世界正在发生着深刻而复杂的变化，处于大发展、大变革、大调整时期，其主要特征可以归纳为世界多极化、经济全球化和区域经济一体化、信息网络化，以及人们生活方式的多样化等方面。科学技术迅猛发展，日新月异，世界已经进入了信息时代。互联网和大众传媒的快速发展极大地改变了人们的生活方式，正像现在人们常说的那样：世界变得越来越小，我们都是地球村的村民。世界各国之间的政治、经济、文化的相互交融程度不断加深，古往今来，前所未有。世界范围内各种思想文化的交流和不同文明之间的对话日趋频繁与活跃。同时，也面临人类共同的国际热点问题，特别是越来越多的诸如环境、气候、能源等非传统安全问题，加强国际合作、共同应对挑战已经成为国际社会的普遍共识。

当今中国与世界的关系也正在发生历史性的变化。改革开放以来，中国的经济发展成就举世瞩目，经济总量跃居世界第二，综合国力大幅提升，全方位外交成绩显著，在国际上的影响力日益增大，中国的发展模式和理念也日益受到国际社会的关注。总之，作为世界人口第一大国，中国的发展同世界的发展日益紧密地联系在一起，可以说，中国的发展离不开世界，世界的发展也离不开中国。然而，中国仍然是一个发展中的大国，还不是一个强国，从大国到强国还有很长的路要走，其中不可逾越的一段路程就包括提升国家形象和文化软实力。在当代国际关系中，综合国力竞争的一个显著特点就是文化的地位和作用更加突显，因此，树立良好的国家形象、扩大中华文化的国际影响力、提高国家的文化软实力已经成为我国的重要战略任务。中国作为负责任的大国，在经济与社会发展和对外开放过程中，营造客观友善的国际舆论环境，增强中华文化的国际影响力，展示民主进步、文

明开放、客观真实的国家形象，必将成为国家的重要发展战略。在这一过程中，对外宣传或国际传播任重而道远。

进入21世纪以来，我国的对外宣传工作取得了明显的进展。然而，应该清醒地认识到，我们现在面临的状况仍然是西强我弱，西方媒体目前仍占据主导权，控制着话语权，利用意识形态竭力丑化中国。要改变这种现状尚需时日，还需要我们做出极大的努力，这既包括重视对外宣传工作，制定外宣工作长远规划，创新对外宣传的方式方法，增强对外宣传的吸引力、亲和力和影响力。同时还要花大力气提高外宣材料的编写和翻译质量，善于用国外公众易于理解和接受的语言与形式，提高国际传播的能力和效果。但是，由于目前外宣材料的翻译质量参差不齐，存在问题较多，也在一定程度上影响了宣传效果，甚至造成国外受众的误解，产生不良影响。

本书总共分为七章，第一章主要对外宣翻译的基本概念、特点和历史现状进行阐述。第二章分析新常态下外宣翻译的新形势特点，外宣翻译工作中需要注意的原则和策略以及对翻译工作者的素质要求。第三章、第四章、第五章分别从传播视域、语言学视域、跨文化视域三个角度对外宣翻译进行深入研究，分析在这些视角下外宣翻译的相关理论、翻译策略、传播途径等方面的特点。第六章对现在出现频繁的外宣翻译误译类型进行归类，并深入解析其出现的原因。第七章阐述机器翻译技术在外宣翻译领域的应用及发展前景。

本书从发起、构思到落笔为时匆匆，加上涉及的理论、方法及内容广泛，书中难免出现疏漏及不妥之处，敬请学术界同仁和广大读者批评和指正。

作 者

2018年3月

目 录

前 言

第一章 外宣工作与外宣翻译研究综述	1
第一节 外宣的目的、主体与体裁	1
第二节 外宣翻译相关概念的界定与特征分析	7
第三节 我国外宣翻译研究的历史及现状	19
第二章 新常态下的外宣翻译原则与策略研究	24
第一节 外宣翻译的新形势与新挑战	24
第二节 外宣翻译的原则与策略	29
第三节 外宣翻译对译者的素质要求	40
第三章 传播视域下的外宣翻译研究	51
第一节 传播学与国际传播学	51
第二节 传播视域下的外宣翻译研究	52
第三节 外宣传播途径研究	63
第四章 语言学视域下的外宣翻译研究	66
第一节 外宣翻译的语篇与语用研究视角	66
第二节 外宣文本的语用翻译策略	75
第三节 外宣文本的语篇连贯翻译策略	98

第五章 跨文化视域下的外宣翻译研究	107
第一节 文化、语言与翻译研究	107
第二节 跨文化交际学	122
第三节 外宣翻译中的文化因素解析	128
第四节 跨文化视域中外宣翻译的策略	137
第五节 跨文化视域中的外宣翻译实践	184
第六章 外宣翻译的误译现象研究	216
第一节 误译的内涵分析	216
第二节 我国外宣翻译常见的误译类型	217
第三节 外宣翻译误译成因解析	229
第七章 外宣翻译的新技术——机器翻译	237
第一节 机器翻译的发展与基本问题研究	237
第二节 机器翻译的实现过程	239
第三节 机器翻译外宣范畴和发展方向	242
参考文献	244

第一章 外宣工作与外宣翻译研究综述

在经济全球化和政治多极化的影响下，当今世界进入了信息快速传播化的时代。信息快速传播既包括对国际重大事件的传播，也包括对本国事务的宣传。可以说，对外宣传（以下简称外宣）成为维护国家利益、推行对外政策的有效手段，在全球化浪潮中发挥着越来越重要的作用。翻译是跨文化交流的必由之路，是沟通的桥梁，外宣翻译也就成为影响对外传播效果的关键因素之一。

第一节 外宣的目的、主体与体裁

一、外宣的目的

中国的外宣是传播而不是宣传。本书中的外宣研究主要针对的是我国，因此需要明确我国外宣的内涵。我国的对外宣传主要是通过介绍中国文化与政策来加深世界人民对中国的了解，从而增进友谊，开展互惠合作的活动。从这个意义上说，我国的对外宣传并没有改变受众对事物的观点，因此是一种传播，而不是宣传。

但是由于“外宣”是一种约定俗成的说法，因此我国的对外宣传是指一般意义上的传播。

通过对外宣传，不同国家的人民可以了解我国的国情，进而为我国的现代化建设提供更好的国际条件。但是由于国际关系的复杂性，在进行外宣的过程中会受到很多因素的影响与制约，主要包括以下几点。

（1）文化对外宣的影响。文化背景是进行交际的重要前提，因此



不论是在外宣活动还是外宣翻译时,都应该认识到文化差异对外宣活动的重要影响作用。

(2) 语言对外宣的影响。语言是人类交际的重要工具,但是语言的不同会直接影响交际的进行。外宣活动的受众来自世界各地,不同的语言对外宣的顺利进行造成很大的阻碍。翻译是语言之间的转换活动,但是将源语的内涵与文化含义准确地翻译为译语并为译入语读者所接受,是很困难的事情。

(3) 文化偏见对外宣的影响。在历史发展的进程中,会形成一定约定俗成的印象,这些对国家的固定印象也会在一定程度上影响外宣的顺利进行。

综上所述,由于外宣并不是易事,因此用科学、审慎的态度进行外宣十分有必要。对外宣相关原则、规律、特点、理论等的研究是提高外宣科学性和有效性的重要前提。

二、外宣的主体

在进行外宣活动时,对外宣内容的设计十分有必要。我国进行外宣活动的主要工具是英文媒体,在内容上主要帮助外国受众了解中国的消息,这些都可以作为宣传的题材,主要可以包括以下几个方面:①国家大政方针,如经济、文化、政治、外交方面可以引起外国读者兴趣的消息;②能够引起人类关注与共鸣的事情;③社会知名人士的相关情况。

在进行外宣内容设计时,需要考虑外国读者的价值观、思维观、兴趣、需求、信仰、心理、文化背景等方面进行内容的选择,需要做到外宣内容有针对性、适应性和接近性,从而扩大受众人群。除此之外,外宣对参与者的语言能力要求很高,需要相关人员具备文化沟通与交流的能力,对外宣内容起到“过滤器”的作用。

外宣翻译属于翻译的范畴,是为读者服务的,但是还带有自身的特殊性。大体来说,外宣翻译的特殊性包括以下两个方面:

(1) 外宣翻译是从国家的高度看待问题,因此其材料内容需要传达的是中国思想与中国文化,同时还需要维护中国国家形象,以国家

利益为重。

(2) 从人类的角度对外宣翻译进行研究，需要重视其对世界文化沟通与交流的重要作用，以及正视其对人类文明发展的积极推动作用。

三、外宣的体裁

具体来说，外宣翻译的体裁主要分为文学翻译和非文学翻译，两者的区别见表 1-1。

表 1-1 文学翻译与非文学翻译的区别

翻译类别	文学翻译	非文学翻译
文本形式	小说、诗歌、散文、戏剧、典籍、报告文学等	广告、函电、说明书、合同、契据、公式语、时政、法律、旅游、科技、商务、影视、对外宣传材料
目标读者	文学爱好者	一般读者
理论体系	框架完整、思想权威、名家辈出	未成体系、少人问津、学术性弱；多数研究停留在随感式、经验性总结，缺乏宏观理论视野和微观剖析论证
翻译方法	语义翻译为主	交际翻译为主
文本特点	多样性、灵活性、艺术性	信息性、实效性、准确性、专业性和功能性

(一) 外宣翻译与文学翻译

文学翻译主要是对诗歌、小说、戏剧、散文、影视剧等语言的翻译，是一种艺术化的翻译。译者在进行文学翻译时，需要首先对原作思想、内容与风格进行把握，然后使用译语将文学语言再现，从而使译入语读者获得和源语读者大致相同的文学感受，了解原作的艺术风格与艺术形象。从本质上说，文学翻译主要对译者的文学修养与表现力有所要求。

外宣翻译与文学翻译都属于翻译的范畴，具备一般的翻译特征，都需要忠实、准确地传达原文的内容与信息。但是外宣翻译属于非文学翻译，注重知识性、逻辑性的信息。文学翻译则比较看重形象性、



情感性、模糊性与不确定性。具体来说,外宣翻译与文学翻译的差异性主要表现在以下几个方面:

(1) 篇章结构上,外宣翻译注重知识的可靠性与真实性,可以利用摘译、节译、编译等手法;文学翻译注重作品的艺术整体性,不能割裂作品的完整性和表达性。

(2) 字句翻译上,外宣翻译的难点主要在于对概念、术语、范畴等的理解与把握,在译入语中找到对应词十分困难;文学翻译的难点是对原文民族文化信息的翻译。

(3) 翻译方式上,外宣翻译对译者的科学思维、逻辑思维要求较高,需要其具备一定的专业知识,对专业术语、概念等的翻译十分熟知;文学翻译对译者的形象思维、情感思维要求较高,需要其有一定的文学素养和审美能力。

(二) 外宣翻译与非文学翻译

文学翻译是指对文学作品的翻译,不仅需要将原文含义体现出来,同时还需要体现原作者的行文风格。非文学翻译,通俗来讲是指实用类、文件型翻译,注重传达原文信息,带有应用面广、实用性强的特点。从这个意义上说,外宣翻译是一种应用型翻译文本,属于非文学翻译的范畴,但是与非文学翻译的整体特点相比,外宣翻译又带有自身的特点,具体包括以下几个方面。

1. 语体形式不同

从语体形式上看,外宣翻译的特点主要体现在以下几个方面。

(1) 单向翻译。非文学翻译主要是双向翻译,既可以将中文译成英文,又可以将英文译成中文,从而宣传我国的优秀作品,扩充我国的作品资源。而外宣翻译由定义就决定了其单向翻译的特征,也就是需要将中文翻译成英文。译者需要在了解外国受众信息需求的基础上,对外宣材料进行核心信息的筛选与次要信息的排除来进行翻译。

(2) 文体较正式。外宣翻译文本一般都较为正式,以政治外宣为例,其代表着我国的国家形象,翻译材料主要来自政府部门、企事业单位的重要信息,因此在文体上多较为正式。在传播途径上,外宣



翻译也带有正式性的特点。

而非文学翻译根据不同的文体标准会有不同的翻译要求。例如,法律文书属于庄重文体、公共演讲属于正式文体等。

(3) 应用类型翻译。外宣翻译属于一种应用型的翻译形式,强调对信息的准确传达,并不刻意追求文章的美学色彩与艺术色彩。同时外宣翻译十分强调表述的逻辑性、科学性与简洁性。针对政治文献外宣材料中的政治术语,译者需要进行详细解释,从而起到宣传我国形象、促进国际交流的作用。但是在非文学翻译中,一些同属于应用型文体的翻译并不需要对原文进行特别的解释说明,只需要客观、准确陈述原文内容即可。

(4) 中国味道浓厚。政治文献外宣翻译主要是为了宣传我国的文化、树立我国的形象。因此,和一些非文学翻译相比,外宣翻译的中国味道浓厚,译文中经常会出现带有中国特色的表达方式。正是因为文章中中国语言文化的出现,也给译文带来了一定的难点,需要译者同时具备深厚的汉语语言能力和英语文化能力。

由于中国文化源远流长,因此语言中也有很多独特的表达形式,在外宣翻译中尤其需要注意一些关键文化词的翻译,从而提升译文质量。例如:

Baihuawen 白话文

Mr. Science 赛先生

Mr. Democracy 德先生

Imperial Examination 科举

People's Commune 人民公社

May Fourth Movement 五四运动

Two Hundred Policies 双百方针

Four Modernizations 四个现代化

Hanlin Imperial Academy 翰林院

(5) 正向传达信息。外宣翻译是为了进行宣传,从而塑造鲜明的国家形象,吸引不同国家的注意,为中国的发展营造良好的国际环境。这一特殊性就要求外宣翻译在表达过程中要注意正向传达信息。



合格的外宣翻译人员需要有一定的政治敏感性,熟知我国的基本政策和对外活动原则,并具有积极维护国家形象的觉悟,时刻意识到自身的立场。在处理外宣文本时,译者也需要以正确的思想为导向,时刻关注文本的传播效果,以正向宣传我国的优秀文化和政策为根本出发点。

2. 译文标准不同

由于外宣翻译的特殊性,在对外宣文本进行检验时其译文标准也带有特殊性。

(1) 外宣译文需要简洁、严谨,不用或者少用带有强烈主观性和感情色彩的表达。

(2) 外宣翻译在进行过程中,需要考虑传播和宣传效果,并对不同国家的文化背景与意识形态进行考量,从而提高译文的科学性与影响性。

(3) 外宣翻译要注重政治性,要注意维护国家形象和国家在政治、经济方面的利益。非文学翻译根据不同的文体要求会有不同的翻译标准,需要译者具体问题具体分析。

3. 翻译目的不同

美国著名学者哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lassewell)是传播学的先驱,他提出了著名的“5W”传播模式,该模式存在于任何一种传播活动中,如图1-1所示。



图1-1 “5W”传播模式

外宣翻译和非文学翻译都是一种传播活动。受众对传播的接受程度体现出了不同文体的翻译质量。因此,外宣翻译成功与否的关键就在于其传播效果,译者需要从译入语读者的角度进行文章的审视与语言的选择,从而在把握文本本质目标的基础上达到翻译的目的。而非文学翻译带有实用性,其因不同的文本有着不同的翻译目的,从而调整措辞,促进译入语读者的吸收。



4. 目标受众不同

非文学翻译的受众十分广泛,并没有特定的群体。而外宣翻译的目标受众十分明确,主要是来自不同文化背景下的受众。

据此,在进行外宣翻译实践过程中,译者需要考虑译文在目标受众中的影响,并在语言上向使用外国读者能够接受的形式,根据具体的外宣材料调整语言,从而提高外宣翻译的传播性。例如,“国有企业历史遗留问题”中的“历史遗留”一词的意思是“很多年前的问题一直拖到了今天”,且该问题目前还没有解决,依然存在,虽然 historic 或 historical 都可以表达“历史”这一含义,但这两个词都是指过去的事情,因而将“历史遗留”翻译成 historical problems 是不合适的,应该使用一个可以表示“常年存在”的词汇来翻译,如用 long-standing、perennial、chronic 等来与 problems of/with state-owned enterprises 相搭配。

第二节 外宣翻译相关概念的界定与特征分析

对外宣翻译进行研究,首先需要明确其相关概念。准确把握概念是进行理论与具体分析的钥匙。

一、翻译概述

外宣翻译属于翻译的范畴,因此首先需要了解翻译的相关知识。

翻译是关于人类语言沟通与交流的活动,是指通过借助语言符号进行文化的传播和思想的交流。在人类几千年的发展过程中,翻译扮演着文化传播的桥梁与媒介的作用。虽然翻译活动由来已久,但是对翻译下一个准确的定义却并非易事。

雅各布森(Roman Jakobson)将翻译分为符际翻译、语际翻译和语内翻译三类。符际翻译是指将一种语言翻译为另一种非语言的符号系统;语际翻译是指将一种语言翻译为另一种语言;英语教育、课程与教学的根本主导思想是要充分体现以人为本、以人的发展为本的思



想。英语教学以人的发展为本的思想,根植于马克思主义哲学对人的本质,人与客观世界、社会文化的关系,人的主观意识、思维与外在世界、社会思想化的关系以及人的生命活动与语言的关系等问题的精确且深邃的论述之中。

语内翻译是指将一种语言中的符号翻译为该语言中的其他符号。美国翻译理论家尤金·奈达(Eugene A. Nida)认为“翻译”是“从语义到文体用最贴切、最自然的对等语在译语中再现原语的信息”。

英国的卡特福德(J. C. Catford)认为“翻译”是“将一种语言的话语材料与另一种语言的话语材料进行等值的替换”。

我国学者胡庚申认为翻译是译者适应性选择翻译生态环境的过程。

通过上述学者的表述可以看出翻译过程与性质的复杂性。由于不同学者对翻译的研究角度不同,其定义方式也千差万别。因此,理解翻译需要从其本质上进行研究。综合来讲,可以从广义和狭义的角度对翻译的定义进行说明。

从广义上说,翻译是指语言与语言、语言与非语言之间基本信息的传达和代码的转换。

从狭义角度来说,“翻译”是指用一种语言将另一种语言所表达的内容忠实地表达出来的语言活动。

综上所述,翻译是指通过变更语言形式和语言障碍进行思想沟通与意义传达的语言转换活动。

二、对外宣传

(一) 外宣的定义

由于研究角度的不同,外宣的定义也可以有不同的表述方式。

(1) 从国际政治的角度来看,外宣带有很强的政治性和思想性,主要是政府、社会等主体对受众进行宣传,从而改变受众立场。

(2) 从传播学的角度来看,外宣是一种国际性的传播活动。通过不同地域、不同文化、不同地区的对外传播来提升本国的国际了解度与认同度,最终塑造本国形象,提升本国国际影响力。



（二）外宣的意义

我国进行外宣从本质上是为了提高中国在国际上的认识度，使更多的外国受众愿意认识中国、了解中国。我国历次全国对外宣传工作会议中都强调了我国外宣的任务是全面介绍中国，树立、维护中国的社会主义国家形象，为改革开放、现代化建设创造一个良好的国际舆论环境。由此可见，外宣工作对我国社会主义现代化建设有重要影响作用。

随着我国综合国力的提高，外宣工作的地位愈加凸显。有效的外宣活动不仅能够为我国的经济、文化、政治发展创造良好的环境，同时还有助于中国大国形象的树立。

三、外宣翻译

我国在进行外宣活动时，主要是利用英文进行的。这些英文材料通过中文素材进行翻译转换，从而形成外宣内容。翻译不仅是语言之间的转换，而且还涉及不同的文化、历史、思维、价值观等因素，这点在外宣翻译中也是如此，并且外宣活动的政治性和国家性对外宣材料的翻译更要严肃、认真。

（一）外宣翻译的界定

语言字面上看，外宣翻译（international publicity translation）是翻译对外宣传材料的活动，属于翻译的范畴，主要是指“将中国社会生活中各方面的情况翻译成英文介绍给外国人，其主旨是让外国人更好地了解中国”。

学者黄友义认为，“随着中国对外开放以及社会经济的全面发展，对外交流日益增多，我们需要把大量的中国信息从中文翻译成外文，通过图书、报纸、广播、网络、期刊、多媒体、国际会议等方式进行对外发表和传播，这就是外宣翻译”。

学者曾利沙认为，“外宣翻译的共性特征在于传递以客观事实为主的‘信息’，注重对外宣传的社会效应，文字符号的美学意义或个

性特征则处于从属地位”。

综合上述学者的表述，可以对外宣翻译的定义进行以下几点解读。

(1) 外宣翻译是中国走向世界的需要，也是世界了解中国的渠道。

(2) 外宣翻译的内容涵盖反映中国当下社会生活各方面的重要资料。

(3) 外宣翻译的渠道多种多样。

(4) 外宣翻译是对外进行宣传和传播，其受众为外国民众。

由于外宣翻译材料的广泛性，加之外宣活动的特殊性，外宣翻译在实施过程中对译者有以下几个要求。

(1) 要求译者具备强烈的政治性。外宣活动带有高度的政治性，这一点要求译者应该运用正确的立场和观念来分析原文内容，在实事求是的基础上进行辩证思维，从而正确处理原文和译文的形式。

(2) 要求译者要灵活处理差异。在外宣活动的重要作用的前提下，外宣翻译的进行最好不要逐字逐句进行硬性处理，而需要根据译入语国家读者的思维习惯对原文进行适当加工，从而提高译文的有效性。

(二) 外宣翻译的分类

外宣翻译根据不同的翻译标准可以有不同的分类形式。我国学者段连城认为，外宣翻译可以分为一般宣传材料的翻译和正式宣传材料的翻译。

(1) 一般宣传材料的翻译主要包括我国政治、经济、文化、历史、社会等方面的对外宣传材料。

(2) 正式宣传材料的翻译主要是指官方文件的翻译，如首脑讲话、外事谈话、科技交流、法律文件等。

学者安新奎将外宣翻译分类为直接材料翻译和间接材料翻译两种。

(1) 直接外宣材料的翻译主要是指宣传者与外国受众近距离接触时语言的翻译。

(2) 间接外宣材料的翻译是指通过不同平台、媒体进行的外宣活动的翻译，如展销会、推广会、媒体宣传、报纸宣传等材料。不论学