

中青年学者外国语言文学学术前沿研究丛书

国家形象与外宣翻译 策略研究

卢小军 著

NATIONAL IMAGE AND CHINESE-ENGLISH
TRANSLATION STRATEGIES
FOR CHINA'S GLOBAL COMMUNICATION

外语教学与研究出版社
FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

中青年学者外国语言文学学术前沿研究丛书

国家形象与外宣翻译 策略研究

卢小军 著



NATIONAL IMAGE AND CHINESE-ENGLISH
TRANSLATION STRATEGIES
FOR CHINA'S GLOBAL COMMUNICATION

外语教学与研究出版社

FOREIGN LANGUAGE TEACHING AND RESEARCH PRESS

北京 BEIJING

图书在版编目 (CIP) 数据

国家形象与外宣翻译策略研究：英、汉 / 卢小军著. — 北京：外语教学与研究出版社，2015.11

(中青年学者外国语言文学学术前沿研究丛书)

ISBN 978-7-5135-6901-9

I. ①国… II. ①卢… III. ①翻译理论—研究—英、汉 IV. ①H059

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 293015 号

出 版 人 蔡剑峰

责任编辑 李婉婧

封面设计 韩 雪

出版发行 外语教学与研究出版社

社 址 北京市西三环北路 19 号 (100089)

网 址 <http://www.fltrp.com>

印 刷 北京九州迅驰传媒文化有限公司

开 本 650×980 1/16

印 张 14.5

版 次 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5135-6901-9

定 价 42.90 元

购书咨询：(010) 88819929 电子邮箱：club@fltrp.com

外研书店：<http://www.fltrpstore.com>

凡印刷、装订质量问题，请联系我社印制部

联系电话：(010) 61207896 电子邮箱：zhijian@fltrp.com

凡侵权、盗版书籍线索，请联系我社法律事务部

举报电话：(010) 88817519 电子邮箱：banquan@fltrp.com

法律顾问：立方律师事务所 刘旭东律师

中咨律师事务所 殷 斌律师

物料号：269010001

丛书序

进入新世纪以来，中国外语学科的学术研究呈现繁荣的局面，不仅学界同仁，尤其是中青年学者的研究热情持续高涨，而且申报项目、出版或者发表论著的数量和质量也大幅度提高。以全国哲学社会科学规划办公室提供的数据为例，2014年国家社科基金年度项目和青年项目申报总数为28186项，其中30-45岁这一年龄段共有17729人申报，占总申报量的62.9%。经过评审，共有2395人立项，占总立项数的62.7%。这表明包括外语学科的中青年学者已成为学术研究的中坚力量。与此同时，外语学科的同仁除了在国内重要学术刊物发表高水平的论文之外，还不断开拓论著发表渠道，通过创办学术集刊等形式，表达和传播学术思想。据统计，近年来，各高校创办的外语集刊达几十种之多，在国外刊物上发表论文的数量也逐年增加。形成这种局面的原因多种多样，但主要归功于学界同仁探索新知的内在需求和国家激励学术创新的外部环境。

然而，由于种种原因，中青年学者仍然面临着专著出版难的问题。尽管他们大多在国内外接受过系统的学术训练，思想活跃、心智敏锐，能够迅速抓住学术前沿话题，撰写的专著具有较高的学术价值，但常常陷入出版难的窘境，即使几经周折得以出版，也是“零散型”的著作，淹没在书海中而难以产生较大影响，更无法形成“集约型”效应，从某种意义上来说，这是极大的智力资源浪费，也挫伤了中青年学者学术研究的积极性。

中青年学者是中国学术的希望。为了保护他们的学术热情，推动他们在学术前沿勇于探索，多出成果，外语教学与研究出版社秉承“开放性、学术性、原创性、前沿性”的原则，设立“中青年学者外国语言文学学术前沿研究系列丛书”出版项目。“开放性”就是对全国各高等学校和科研院所开放，凡是希望通过这一项目出版外国语言文学类各领域研究成果的中青年学者，皆可申请加入；“学术性”是指研究成果具有较深刻的学术思想和观点，能够反映外国语言文学各领域理论和实践的本质和规律；“原创性”就是发前人所未发、想前人所未想，在研究内容和形式上有创见和创新；“前沿性”是指研究成果能够反映外语语言文学各领域的最新发展动态，具有前瞻性。近年来，随着计算机技术的广泛应用和全球化进程进一步加快，外国语言文学学术研究的内容和形式发生了

变化,并呈现出交叉融合的趋势。因此,我们鼓励中青年学者以问题为导向,运用新技术、新方法和新视角,对语言学、文学、翻译学、外语教学等诸多方面进行跨学科研究,力争推出一批集学术性、原创性和前瞻性为一体的最新研究成果,构建具有中国特色的外国语言文学学术话语体系。

中青年学者外国语言文学学术前沿研究系列丛书注重质量和创新。聘请胡壮麟、黄源深先生担任系列丛书的顾问,成立由外国语言文学学科领域知名学者组成的编委会,对申请出版的学术专著进行专家评议和质量把关。由外语教学与研究出版社和《当代外语研究》编辑部发布项目申报信息和管理办法,按照相关质量标准组织专家对申报项目进行评审,入选者列入出版计划,原则上丛书每年出版一次。

首批入选外国语言文学学术前沿研究系列丛书的专著共有十本,分别是:赖良涛的《教育语言学——一个社会符号的模式》、林玉珍的《文学交际中的读者:叙事虚构作品解读的自由与局限》、刘华文的《翻译诗学》、常欣的《中国晚期二语习得者英语被动句加工的认知神经机制:行为与脑科学的整合研究》、李小蓓的《萧乾文学翻译思想研究》、王振华的《詹姆斯·马丁访谈录》、刘兴华的《英汉语篇跨文化修辞研究》、吴勇的《莎士比亚戏剧中强调语的语用分析》、王春艳的《基于语料库的中国英语学习者强化语型式和意义研究》和卢小军的《国家形象与外宣翻译策略研究》。

尽管我们秉承严谨治学的态度,希望通过我们的学术探索为同行的研究提供参考,但由于水平有限,书中恐有疏漏之处,恳请诸位专家和同仁不吝指教。

彭青龙

2015年6月于上海

前言

本书《国家形象与外宣翻译策略研究》探讨了国家形象与外宣翻译策略之间的关系，并在维护和提升国家形象的视角下提出了若干外宣翻译策略。作者首先厘清了外宣及外宣翻译的相关概念，明确了外宣翻译的研究对象、研究范围及其与文学翻译的区别性特征。为了对我国外宣翻译的历史和现状有整体的认识，作者在仔细梳理相关文献的基础上，归纳和总结了我国外宣翻译研究存在的问题和不足，探讨了可供进一步深入研究的领域。本书对我国外宣翻译中常见的误译类型进行了分类，简要剖析了造成各类误译的原因。

本书的重点是在国家形象视阈下探讨我国的外宣翻译策略。为了廓清研究思路，夯实理论根基，作者对国家形象理论进行了阐述。从“形象”一词的历史来源和内涵入手，探讨了国家形象的定义和内涵，列举了相关学者对国家形象的界定和理解，较全面地把握了国家形象的本质和内涵。作者紧接着概述了国家形象的特点，阐释了我国意欲构建的“和平、民主、文明、进步、富强、正义、负责、合作”的社会主义大国的国家形象及国家形象战略。

外宣翻译策略的探究是本书研究的重点。在探讨外宣翻译策略之前，作者从制约译者选择翻译策略的文本内和文本外的诸多因素中，选取了意识形态、翻译目的、文本类型和读者意识四个主要影响因素，介绍了其中所涉及的相关理论并阐述了上述因素与外宣翻译策略的关系。此举主要出于两个目的：一方面，避免译者选择翻译策略的随意性和盲目性，使译者对翻译策略的选择变成一种理性的、自觉的行为。另一方面，旨在使译者选择的翻译策略服从并服务于国家形象的构建和传播，在外宣翻译策略与国家形象之间搭建联系的纽带。在做好这番理论铺垫之后，本书提出了五种外宣翻译策略，即编译策略，语用等效翻译策略、平行文本比较分析策略、译释并举策略和语义结构起伏性策略等。论文从策略理据、表现形式、实例分析等方面详细阐述了这五种外宣翻译策略。

本书主要采用了文献阅读和案例分析的研究方法，注重理论阐述与翻译实践的结合，以定性研究为主，同时辅以适量的数据统计的定量研

究，两者互为补充；既有宏观的理论视角，也有微观的翻译策略，力求从不同角度，使用恰当的研究方法，系统、客观地反映我国外宣翻译存在的问题，提出有效的应对策略。

从国家形象构建和传播的视角切入研究外宣翻译及其翻译策略，毕竟是一次全新的尝试，希望本书提出的五种翻译策略能为我国各级各类外宣文本的翻译提供参考，减少和规避各种误译，更好地服务于说明中国，展示中国积极、正面的国家形象的时代使命。从这层意义上看，外宣翻译策略的探究凸显了实践层面的应用价值和指导价值。

目 录

第一章 绪论.....	1
1.1 选题背景	1
1.2 主要研究的问题、研究意义及创新之处	4
1.2.1 主要研究的问题	4
1.2.2 研究意义	5
1.2.3 主要创新之处	6
1.3 研究方法与本书构成	7
第二章 我国外宣翻译研究的历史及现状	9
2.1 外宣翻译概述	9
2.1.1 外宣翻译的界定	9
2.1.2 外宣翻译的区别性特征	11
2.1.2.1 注重传播效果	11
2.1.2.2 受众内外有别	12
2.1.3 “外宣翻译”的英译	15
2.2 我国外宣翻译研究综述	16
2.3 我国外宣翻译常见的误译类型	21
2.3.1 单词拼写和语法错误	23
2.3.2 译名不统一	24
2.3.3 中式英语	25
2.3.3.1 对号入座和想当然套译	25
2.3.3.2 语言习惯的差异	27
2.3.3.2.1 多余强化语	27
2.3.3.2.2 语言夸张华丽	28
2.3.3.3 文化习俗的差异	29
2.3.4 政治性误译	30
2.3.5 语用失误	32
2.3.5.1 语用失误的概念	32
2.3.5.2 语用语言失误和社交语用失误	33

2.3.5.2.1	语用语言失误	33
2.3.5.2.2	社交语用失误	34
2.4	外宣误译产生的主要原因	36
2.5	本章小结	37
第三章	国家形象与外宣翻译	39
3.1	国家形象：内涵及其他	39
3.1.1	国家形象的定义	39
3.1.2	国家形象的特点	42
3.1.3	中国国家形象的时代定位	44
3.1.4	国家形象战略	46
3.2	国家形象与对外传播	47
3.2.1	中国对外传播的现状：尴尬的窘境	48
3.2.1.1	西强我弱的国际传媒格局	48
3.2.1.2	妖魔化中国	50
3.2.1.3	跨文化传播生态严重失衡	50
3.2.2	改进的建议和措施	52
3.2.2.1	更新传播观念、调整传播战略	52
3.2.2.1.1	调整对外传播宣传内容	52
3.2.2.1.2	改进对外传播模式	53
3.2.2.1.3	改进对外传播技巧与艺术	53
3.2.2.1.3.1	讲求灵活的传播手法和策略	53
3.2.2.1.3.2	讲究写作方法，增强可读性	54
3.2.2.1.3.3	对外传播渠道多样化	55
3.2.2.1.3.4	增强对外报道的时效性	55
3.2.2.2	提升对外媒体的公信力	55
3.2.2.3	加强公众外交	56
3.2.2.4	打造对外传媒的“航母”	57
3.2.2.5	主动设置中国议题	58
3.2.2.6	建立危机预警机制	59
3.2.2.7	自觉进行对外文化传播，打好“中国牌”	59
3.3	国家形象与外宣翻译	61
3.3.1	外宣翻译在国家形象构建与传播中的战略地位	61
3.3.2	外宣翻译策略与国家形象	63
3.3.2.1	准确性与国家形象	64

3.3.2.1.1	报道事实准确无误	64
3.3.2.1.2	语言翻译准确	65
3.3.2.1.3	文化翻译准确	66
3.3.2.2	可读性与国家形象	67
3.3.2.2.1	添加背景说明	67
3.3.2.2.2	慎用政治术语	68
3.3.2.2.3	避免华丽辞藻	69
3.3.2.3	政治性与国家形象	71
3.3.3	传播效果与国家形象	73
3.3.3.1	维护国家形象	74
3.3.3.2	破坏国家形象	75
3.3.3.3	提升国家形象	77
3.4	本章小结	80

第四章 国家形象与外宣翻译策略

4.1	影响外宣翻译策略的主要因素	82
4.1.1	意识形态与翻译策略	82
4.1.1.1	意识形态的定义及内涵	82
4.1.1.2	意识形态与翻译策略	83
4.1.1.3	意识形态与外宣翻译策略	85
4.1.2	翻译目的与翻译策略	86
4.1.2.1	功能派翻译理论	86
4.1.2.2	翻译目的与外宣翻译策略	89
4.1.3	文本类型与翻译策略	91
4.1.3.1	赖斯的文本类型论和纽马克的文本 功能分类说	91
4.1.3.2	文本类型与外宣翻译策略	94
4.1.4	读者意识与翻译策略	96
4.1.4.1	翻译中的读者意识	96
4.1.4.2	读者意识与外宣翻译策略	97
4.2	国家形象视阈下的外宣翻译策略	99
4.2.1	编译策略	99
4.2.1.1	编译的概念及其他	99
4.2.1.2	编译策略的常用方法	102
4.2.2	语用等效翻译策略	113

4.2.2.1	语用翻译：概念及其他	113
4.2.2.2	语用等效翻译策略的常用方法	115
4.2.3	平行文本比较分析策略	122
4.2.3.1	平行文本：概念及其他	122
4.2.3.2	平行文本比较分析策略：个案分析	123
4.2.3.2.1	语料	124
4.2.3.2.2	Werlich文本语法与平行文本 比较模式	124
4.2.3.2.3	文本内部构成的对比与分析	125
4.2.3.2.4	平行文本对企业概况外宣英译的 启示	130
4.2.4	“译+释”并举翻译策略	138
4.2.4.1	需作“译+释”并举的常见情形	138
4.2.4.2	“译+释”并举策略的常用形式	141
4.2.5	语义结构起伏性策略	149
4.2.5.1	“竹竿”结构和“大树”结构	150
4.2.5.2	起伏性常用的八种结构	151
4.2.5.3	实现语义结构起伏性的三个步骤	155
4.3	本章小结	158
第五章 结语		160
5.1	内容总结	160
5.2	本研究的局限与不足	162
5.3	建议与展望	162
参考文献		164
附录		180
后记		220

第一章

绪论

1.1 选题背景

中国共产党第十七届六中全会，审时度势提出了“坚持中国特色社会主义文化发展道路，努力建设社会主义文化强国”的战略目标，并提出到2020年，我国文化产业成为国民经济支柱性产业，整体实力和国际竞争力显著增强，以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成，以民族文化为主体、吸收外来有益文化、推动中华文化走向世界的文化开放格局进一步完善等六个方面的奋斗目标。¹

随着我国综合国力、国际地位和国际影响力的提升，中国发生的一切日益受到国际社会的密切关注。王晨指出：

当前，我国进入了全面建设小康社会的关键时期和深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期，中国与世界的互动日益深刻，世界了解中国的愿望更加强烈，国际社会更加希望倾听中国的声音。在国家文化软实力竞争日益激烈的舞台上，对外传播的作用将愈加显著。以互联网为代表的新媒体的发展和应用日益迅速，为提升对外传播能力、开拓对外传播新局面提供了广阔空间。更加积极地传递中国信息，传播中国声音，向世界传播根植于中国文化传统的和平理念，传播中国和平发展的声音，介绍我国当前发展和未来走向，说明中国特色社会

1 参见 <http://www.chinanews.com/gn/2011/10-25/3414054.shtml>。

主义道路,阐释中国价值观,宣示中国坚持走和平发展道路,把一个客观真实的、和平发展的中国介绍给世界,展示中国良好的国家形象,努力营造客观友善的国际舆论环境是历史和时代赋予我国外宣工作的重任。¹

随着“中国文化走出去”战略的实施,我们的对外文化传播取得了可喜的成绩。但是,国际社会特别是西方国家对我国的误解甚至偏见仍然存在,对我国的片面甚至歪曲报道、对我国政策意图的误读现象依然突出。沈雅梅(2011: 11)在“对西方媒体热议‘中国形象’的思考”一文中一针见血地指出:

令中华民族素感骄傲的是,它以智慧、勇敢、善良而闻名于世;但在经济全球化的浪潮中,这种“智慧”往往被西方媒体解读为“重利轻义”和“过于算计”;这种“勇敢”被指责为“咄咄逼人”和“缺乏担当”。中国奉行睦邻友好的周边外交政策,西方却视之为“恃强凌弱”。中国坚持自身的发展中国家身份和定位,西方却以发达国家的责任标准来要求中国参与和处理国际事务。

“中国军事威胁论”、“中国经济威胁论”、“中国政治威胁论”,“中国资源能源威胁论”、“中国生态环境威胁论”、“中国软实力威胁论”、“中国责任论”、“中国殖民论”等论调仍甚嚣尘上。西方舆论不断热炒“中国威胁论”在政治、经济、军事、文化、外交等诸多领域的翻版。

政治上,指责中国权力体制“对公民实施高压”,属于“专制”政权;经济上,对中国的发展状况或者“唱衰”,或者“捧杀”,并担忧中国成为见利忘义、涸泽而渔的“经济动物”;文化上,把孔子学院等中国形象品牌曲解为中国企图在政治领域传播“亚洲价值”的重要媒介,开始从文明角度把中国定位为全球竞争者;安全上,猜疑中国军力发展的战略意图,并不断就增加军事透明度等问题向中方施压;外交上,把中国外交的姿态解读为“果断”、“过度自信”,甚至具有“侵略性”。(沈雅梅, 2011: 9)

1 王晨,第二届对外传播理论研讨会上的演讲,中国网,2011年10月27日。

这些问题严重影响了国际社会对我国政策和现状、对中国信息的正确解读,歪曲和亵渎了我国的国家形象。这种障碍的产生,除去意识形态上存在的分歧和矛盾等因素外,一个很重要的原因在于大多数西方人不熟悉中国的语言、文化以及中国的历史和现状。因此,全面、客观、真实地向世界说明中国、介绍中国,是一项长期、艰巨并富有挑战性的工作。对外宣传工作已经提高到增强国家文化软实力、提高国际话语权的战略高度。

外宣翻译作为对外宣传事业的重要的基础性环节,其重要的战略意义正日益凸显。外宣翻译是一个国家对外交往能力和对外传播能力的重要组成部分,增强国家软实力建设,提高对外传播能力,向世界更好地说明中国,必须高度重视外宣翻译工作。通过外宣翻译工作向更多的国家和地区传播中国文化,宣传我国改革开放在各个领域中的各项成果,促进友好交往,增进外部世界对我国的了解和交往,扩大中国的国际影响力,在国际上树立和维护中国的良好形象,加强我国的软实力建设,为改革开放和现代化建设创造良好的国际舆论环境,是时代赋予我国翻译工作者的光荣使命。

尽管我国的外宣翻译事业取得了可喜成绩,为促进我国的对外传播和改革开放事业提供了必要条件,但就目前外宣翻译工作的现状及整体实力而言,与社会和时代发展的要求还有相当差距。黄友义撰文指出:

外宣翻译工作对于推动社会进步,改善国家形象的重要作用和影响还没有得到有关外宣部门以及全社会应有的重视和关注,还缺乏对外宣翻译工作性质、特点、问题和挑战的科学认识,缺乏对各级外宣翻译单位和部门的工作进行科学有效的组织和管理,外宣翻译工作的投入力度还有待加大,更缺少一支能够承担日益扩大的对外文化交流任务的高素质、专业化的外宣翻译人才队伍。(黄友义,2008:93)

此外,翻译市场尚不够规范,缺乏必要的准入制度,翻译专业培训也远不能满足市场对翻译人才的需求。而且,社会对翻译的认识还存在诸多误区。因此翻译产品的质量问題便凸显出来。在宾馆饭店、旅游景点或博物馆等窗口行业和公共场所中,错误的或不规范的外语宣传资料几乎随处可见,严重影响了城市和国家形象;我国的各级各类对外宣传材料,如政府工作报告、白皮书等政府文件,各地各种相关对外宣传报

道、对外宣传画册、会展资料和公共场所宣传告示标牌的翻译中,翻译质量问题不容乐观,错误或不规范的外文触目惊心。黄友义在出席法兰克福举行的“中欧文学翻译出版论坛”上的主旨发言中指出:

在出版界,由未经过翻译专业培训的“业余翻译”赶制出来的蹩脚译作摆满书架;而在翻译服务市场上,翻译采购方常常发现在众多的翻译服务企业中,难以找到称心如意的服务商。这反映出目前翻译界存在的一个突出问题:翻译数量膨胀了,翻译质量却难以保障。滥竽充数的翻译产品和服务给整个翻译界带来了信誉危机,翻译工作者的权利也难以得到有效的保障。¹

不合格或是错误的译文不仅达不到对外宣传、告知的目的,还极易造成混乱和误导,直接影响我国的国家对外形象,不利于对外传播与交流,甚至可能产生影响深远、难以弥补的负面影响。翻译问题仍然是中国文化走出去的瓶颈。

正是在这种时代背景下,基于对国际国内形势,特别是对我国对外传播工作,包括对外翻译工作的认识和了解,本书从构建和传播国家形象,增强国家文化软实力的战略高度研究外宣翻译,具有战略意义和实际指导意义。本书对外宣翻译的研究超出了语言学意义上的语码转换,而是涉及了意识形态、权利话语、文化规约等更为宏阔的研究范畴;在国家形象构建与传播视阈下研究我国的外宣翻译策略,有利于减少和规避各类外宣翻译错误,提高外宣文本的翻译质量,增强其可读性,提高其传播效果。以外宣翻译策略为研究视角,具有现实针对性和应用价值。

1.2 主要研究的问题、研究意义及创新之处

1.2.1 主要研究的问题

本书以国家形象理论为基础,研究外宣翻译问题。本书将首先界定外宣翻译的内涵,介绍其区别性特征,明确外宣翻译的本质和困难。继而回顾我国外宣翻译研究的历史和现状,总结其五大不足之处。本书从国家形象理论的视角探讨我国外宣翻译的现状,归纳外宣翻译误译的主

¹ <http://www.china.com.cn/culture/zhuanti/zgyxd6/2009-11/07>.

要类型并总结其成因。书中认为,无论是政府工作报告、白皮书等官方文件还是企事业的外宣材料以及各级地方对外宣传材料的翻译中都存在或多或少的误译、漏译、胡译现象,不仅影响了外国受众对中国信息的正确认知和理解,影响了对外交流和传播效果,还不同程度地损害了我国的国家形象,给国家形象带来了诸多的负面影响。然后作者介绍了国家形象的概念、内涵及主要特点,阐明了我国意欲构建的国家形象及其国家形象战略,探讨了国家形象与对外传播,国家形象与外宣翻译之间的关系。

本书主要研究的问题有:

1. 与文学翻译相比,外宣翻译有哪些区别性特点?
2. 我国外宣翻译研究的历史和现状怎样?存在哪些问题和不足?
3. 我国外宣翻译常见的误译类型有哪些?造成这些误译的原因是什么?
4. 如何界定国家形象?国家形象有哪些主要特点?中国国家形象的时代定位是什么?中国的国家形象战略又是怎样?
5. 国家形象与对外传播之间有怎样的关系?我国对外传媒的国际传播存在哪些问题?为改善我国对外传播的现状,有哪些解决的对策或建议?
6. 国家形象与外宣翻译有着怎样的关系?外宣翻译策略与国家形象又有怎样的关联?
7. 影响外宣译者选择翻译策略的主要因素有哪些?这些因素对我国国家形象的构建和传播有着怎样的关系?
8. 在国家形象的视阈下,为维护和提升我国的国家形象,外宣译者可以采用哪些翻译策略?这些策略的理据是什么?表现形式怎样?

1.2.2 研究意义

在全球化的时代背景下,中国作为世界政治和经济格局中的重要一极,日益融入到国际体系。中国文化大繁荣、大发展和中国文化走出去的伟大战略使得外宣翻译研究更加契合了时代需求和国家的战略需求,具有重要的现实意义。本书的研究重点是在国家形象构建和传播的视角下研究外宣翻译策略。这一研究定位,凸显了外宣翻译本身的战略意义和重要性,也使外宣翻译策略的研究超越了狭隘的语言转换层面的意义,彰显了宽宏的跨文化传播和构建国家形象的意义。

国家形象与外宣翻译之间存在着千丝万缕的联系,但是如何廓清和论证两者之间的关联构成了本研究的一大难点。本书尝试从国家形象与

对外传播,国家形象与外宣翻译两个层面进行论证,以期实现国家形象与外宣翻译的有效对接。作者指出,外宣翻译策略,不仅会直接影响译文质量,而且对于国家形象的构建和传播会产生维护、提升和破坏等三种效果。

本书论述的五大外宣翻译策略覆盖面广、适用性强,具有理论支撑和应用价值。通过示范和指导我国各级各类外宣材料的翻译实践,可望减少和规避各类外宣翻译错误,提高翻译质量、增强译文可读性、可接受性和对外传播效果,从而服务于构建“改革开放、团结进取、平等友好、坦诚负责”的良好国家形象的国家战略。

1.2.3 主要创新之处

本书的主要创新之处体现在以下五个方面:

第一、从国家形象构建和传播的角度研究外宣翻译是一个颇有学术价值和应用价值的研究课题。本书在某种意义上可谓该领域的开创性研究,这主要归因于两点:一方面,论述了国家形象与对外传播的关系;另一方面,论述了国家形象与外宣翻译的关系。意欲通过这两方面的论证,使得“国家形象”与“外宣翻译策略”实现合理的对接,也使得从国家形象的视角研究外宣翻译策略获得理论依托和逻辑支撑。

第二、从国家形象的视阈下探讨外宣翻译策略。为了维护和提升中国在国家传媒环境中的国家形象,本书提出了编译策略、语用等效翻译策略、译释并举策略、平行文本比较分析策略和语义结构起伏性策略等五大外宣翻译策略。这些策略针对性强,适用性好,覆盖面广,实践证明对于增强我国的对外传播效果,构建和传播积极、正面的国家形象大有裨益。为了使上述外宣翻译策略的选择获得理论上的支撑,较好地摆脱策略选择的盲目性和随意性,从而更好地揭示译者选择翻译策略的主要动因,本书专辟一节阐述了国家形象视阈下影响外宣翻译策略选择的主要因素,如意识形态、翻译目的、文本类型、读者意识等,并详细论述了上述因素与外宣翻译策略之间的关系。

第三、本书寓个案研究于外宣翻译策略阐述之中。为了凸显外宣翻译策略的应用价值和指导价值,本书在论述外宣翻译策略的过程中,选取了典型的外宣翻译个案,说明了外宣翻译策略的具体操作流程和运用效果。这样的处理方式,既生动又直接,对同一文本类型外宣资料的翻译具有很好的示范效应,亦可供翻译其他各类外宣文本借鉴和参考。

第四、本书对我国外宣翻译研究历史和现状进行了客观的统计和梳