

翻译传播学论纲*

尹飞舟, 余承法

(湖南师范大学 翻译传播研究所, 湖南 长沙 410081)

摘要: 中华文化的国际传播主要是跨语言的翻译传播, 长期面对克服传播障碍、提升传播效果的根本问题, 构建翻译传播学则是为解决这一根本问题提供理论支持。翻译传播是异语场景中人类借助翻译实现的信息传递活动。翻译传播学是研究翻译传播本质及其规律的一门新兴交叉学科, 是传播学的分支。以推动翻译传播的理论思考与实践探索为宗旨, 将翻译传播作为整体进行考察研究, 阐释其本质属性, 分析翻译传播与传播、翻译的关系, 论述翻译传播学的学理支撑、基本内容、研究方法以及社会应用, 初步构建翻译传播学的基本框架。

关键词: 翻译传播; 翻译传播学; 翻译; 传播; 本质属性

中图分类号: H059 **文献标识码:** A **文章编号:** 2096-6431(2020)05-0170-07

DOI: 10.13715/j.cnki.jxupss.2020.05.028

引言

后新冠疫情时代, 国际文化交流将面临严峻的局面。面对西方反华势力的围堵和敌对媒体的妖魔化, 中华文化的国际传播遭遇的文化、制度和意识形态等方面的传播障碍更为严重。在这样的时代背景下, 总结以前的相关研究成果, 构建翻译传播学这一新兴交叉学科, 系统地研究以跨语言传播为特征的翻译传播内在规律, 研究克服传播障碍、构建中华文化国际传播形象的策略, 具有重大的现实意义。

学术界对于翻译传播的关注与研究已经有过一段历程。20世纪末以来, 吕俊^[1]、孟伟根^[2]、姚亮生^[3]、唐卫华^[4]、张生祥^[5]、谢柯和廖雪汝^[6]等人相继将传播学理论引入翻译研究, 开创了翻译学研究的新空间, 并出现了构建翻译传播学的呼声。他们的研究沿着一个共同的理论路径展开: 将翻译作为研究的起点, 运用传播学理论对翻译做出新的解释。吕俊认为翻译“其本质是传播”^{[1]39}; 谢柯和廖雪汝认为“无论从传播的定义还是从翻译的性质来看, 翻译的本质属性是传播”^{[6]15}; 唐卫华提出“翻译即传播”^{[4]48}; 张生祥认为“翻译与传播互为一体”^{[5]117}。顺着这种理论路径, 必然得出“翻译学是传播学的一个特殊领域”的结论。^{[1]44}笔者认为, 这种“从翻译看传播”的理论路径促进了翻译与传播研究的融合, 但就构建翻译传播学来说, 有些关键问题还需要廓清。

基于此, 本文试图回答翻译传播学构建的五个基本问题: (一) 在现有学科认知背景下, 翻译传播的本质与翻译传

播学的定义分别是什么? (二) 翻译传播学的学理支撑是什么, 与传播学、翻译学以及其他相关学科的关系是什么? (三) 翻译传播学研究的基本内容是什么? (四) 翻译传播学的研究方法是什么? (五) 翻译传播学有哪些社会应用?

一、翻译传播的本质与翻译传播学的定义

要明确翻译传播学的定义, 首先要回答“翻译传播是什么”。我们转变研究路径, 以传播为起点来考察传播与翻译的关系, 回到认识的源头, 从现象考察和概念辨析明确传播 (communication)、翻译 (translation) 与翻译传播 (translational communication) 的关系。

(一) 传播的界定

施拉姆认为“传播发生的关系看上去很简单: 两个人 (或两个以上的人) 由于一些共同感兴趣的信息符号而聚在一起。”^{[7]43} 甲乙两个人的对话是最简单最直观的传播事例, 其中包含着传播的要素和基本原理。拉斯韦尔、施拉姆等传播学大师以及一些传播学经典教材论述传播定义、传播过程, 都从这种最简单的传播事例解析入手。“传播”概念的归纳和表述经历了一个从模糊复杂到简单明晰的发展过程。20世纪70年代, 施拉姆并没有给出“传播”的准确定义, 只是表明“传播是工具, 社会之所以成其为社会全赖传播这一工具”;^{[7]2} “传播是人们所做的某种事情。传播本身没有生命, 没有任何神奇的东西, 唯有人们在传播关系中注入其中的讯息。讯息本身没有意义, 唯有人们注入其中的意

* 收稿日期: 2020-08-09

作者简介: 尹飞舟 (1957—), 男, 湖南武冈人, 博士, 博士生导师, 湖南师范大学语言与文化研究院研究员, 翻译传播研究所所长;

余承法 (1974—), 男, 湖北安陆人, 博士, 博士生导师, 湖南师范大学外国语学院教授, 语言与文化研究院研究员。

基金项目: 本文受湖南省学位与研究生教育改革研究重大项目“新文科背景下翻译传播学跨学科人才培养研究与实践” (2020JGZX006) 资助。

义。”^[2]20世纪末,斯蒂文·小约翰在《传播理论》中仍然认为“给传播下定义是很困难的”^{[8]9},因为根据传播行为有无目的、传播信息是否被接受,可以给出不同的定义。“‘传播是对一个思想或想法的口头交换。’这一定义包含的假设是一个思想或想法成功地得到了交流。另一方面,另一个定义则未对结果的成功与否做出判断:‘传播是信息的传递。’这里信息得到了传递,但它不一定被接收或被理解。”^{[8]10}如今,传播学界对“传播”的界定比较简明“所谓传播,即社会信息的传递或社会信息系统的运行”^{[9]4} [10]36;“传播就是信息流动的过程。”^{[11]19}

(二) 翻译的界定

中国对于“翻译”的认识可以上溯到周代,《礼记·王制》记载“中国、夷、蛮、戎、狄,……五方之民,言语不通,嗜欲不同。达其志,通其欲,东方曰寄,南方曰象,西方曰狄鞮,北方曰译”^{[12]2}借鉴上述传播学使用的直观事例解析翻译:甲与乙说话,双方使用的语言不同,请来了懂双方语言的丙,丙把甲说的话用乙的语言说给乙听(或者相反),丙的行为就是翻译,丙就是译者。随着翻译形态和翻译技术的发展,人们对“翻译”的认识逐渐丰富。《辞海》:“翻译:把一种语言文字的意义用另一种语言文字表达出来。”^{[13]5072}《牛津英语词典》对“翻译”的解释包括三个方面,即翻译行为、翻译过程和译作。方梦之在《中国译学大辞典》中对“翻译”的界定有了新的内涵,他认为翻译包括口译、笔译、同传与机译,是有文本参照的跨文化、跨语言的人类有目的的社会交际行为与活动。^{[14]7}翻译自身在手段、形式和方向上发生的变化使人们对翻译的认识发生改变,如黄忠廉起初给出的“翻译”定义很简洁:“翻译是双语间的信息转换”^{[15]4},他最近对“翻译”给出了准确而丰富的定义:“翻译是人或/和机器将甲语文化变化为乙语以求信息量相似的智能活动和符际活动。”^{[16]11}

但是,无论翻译的内涵或外延发生多大变化,其本质依然是符号(尤其是语言符号)的转换,正如仲伟合所言:“无论是奈达的‘等效’翻译还是巴斯内特的‘文化翻译’,无论是斯坦纳的‘翻译哲学阐释’还是雅各布森的‘翻译三分法’,都没有离开‘符号转换’与‘意义的再生’而谈翻译。无论我们从哪个视角对翻译进行定义,都不能忽视翻译这个最根本的本质。”^{[17]10}

(三) 翻译传播的本质

甲乙使用的语言相同,可以直接进行讯息交流;甲乙使用的语言不同,就不能直接进行讯息交流。这一事实告诉我们,使用不同语言的甲乙要完成讯息交流,就必须通过丙进行翻译(符号转换),这就是最简单的翻译传播形式。从传播的语言(或者符号)使用来分析,传播存在两种情况:一种是传播过程中使用同一种语言,称之为同语传播(一般传播);另一种是传播过程中使用不同语言,称之为异语传播,即翻译传播。在异语传播中,译者丙的参与不仅增加了传播要素,而且使传播过程和传播要素之间的关系表现出不同于一般传播的特殊性。因此,传播的一般属性和“语言转换”

的特殊性相结合,构成了翻译传播的本质属性。这种最简单的翻译传播形式,在加上参与的人数及结构、手段和媒介、时空、场景以及方式的变化之后,就会呈现出丰富多样的类型。根据主体情况的不同,翻译传播可分为:人内翻译传播和人际翻译传播构成的微观翻译传播,群体翻译传播和组织翻译传播构成的中观翻译传播,大众翻译传播即宏观翻译传播。根据语言转换的场景,翻译传播又可以分为现场翻译传播(口译为主)和非现场翻译传播(笔译为主)。

(四) 传播、翻译、翻译传播的关系

经过对客观现象的考察和概念的辨析,可以明确传播、翻译、翻译传播三个概念及其关系:传播是人类信息的传递活动,包括同语信息传递和异语信息传递;翻译是符际转换(主要是语际转换)活动;翻译传播是异语场景中人类借助翻译实现的信息传递,是有符际转换(主要是语际转换)的传播。在“翻译传播”这个概念中,“翻译”与“传播”不是“翻译即传播”“翻译与传播”,而是“翻译的传播”,其英译名称是 translational communication。

(五) 翻译传播学的定义

综上所述,翻译传播是伴随着语言转换的社会交往活动,研究翻译传播现象,不能脱离人们的语言转换和社会交往。翻译传播学是研究翻译传播现象及其规律的科学,是阐释人类使用不同语言符号进行信息传递与交流的知识系统。

二、翻译传播学的学理支撑以及与相关学科的关系

构建翻译传播学,需要明确其与传播学、翻译学以及其他学科的关系,厘清其间的交叉和分界,这样才能理解翻译传播学与其他学科之间的普遍联系,同时认识其相对独立性。具体来讲,就是要阐明传播学、翻译学以及其他学科在翻译传播学的构建中提供的理论和方法,同时明确翻译传播学研究所要解决的问题及其理论创新空间。

(一) 翻译传播学与传播学

翻译传播学是传播学的一个分支。从学科史来看,传播学发展曾经依附于新闻学。传播学在我国至今仍是新闻传播学下属的二级学科。有学者指出,传播学未来的发展呈现出两极趋势:基础传播学和专业传播学。“一方面会将传播学引向更加细化的研究,一方面又会将传播学引向整合的全息文化研究。现存媒介传播的主要是大众文化,未来的信息高速公路传播的将是涵盖各个层次文化的全息文化。”^{[18]45}传播学的整合发展将产生基础传播学,另一方面,“传播学还将开辟诸多专业领域”^{[18]45}翻译传播学应该成为传播学要开辟的诸多专业领域之一。

就目前的学科理论体系来看,传播学与翻译传播学的关系是基础学科和专门学科之间的关系,好比基础医学与外科学或者儿科学的关系。传播学的基本概念、理论模式和研究方法适用于翻译传播学。传播学研究的主要对象是同语场景中的信息传递,极少关注异语场景中信息传递的特殊规律,而这正是翻译传播学的研究对象。

(二) 翻译传播学与翻译学

异语场景中传递的信息要经过语言转换,这是翻译学的研究对象,也是翻译传播的一个环节,因此翻译传播学和翻译学的研究存在交叉。语言转换是翻译传播中信息传递特殊性的根源,翻译学因此可以给翻译传播学提供系统的语言转换原则和方法。翻译学以信息传递中的语言转换为研究内容,涉及翻译的原则、策略与方法、行为过程及其结果(即译作)。翻译传播学的研究内容是异语场景信息传递的全过程,研究翻译传播的主体、客体、译者、媒介、受体、效果等要素之间的互动关系,因此需要在翻译学之外借助传播学及其他学科的理论和方法。翻译学研究过去较多关注翻译行为及其结果,近年来随着重视中华文化“走出去”,开始考虑传播过程和效果,但往往将翻译和传播视作两个阶段;翻译传播学则认为翻译只是翻译传播过程的一个环节,将翻译传播作为一个整体进行考察。在逻辑上,翻译传播学与翻译学存在着包含关系,但是两个学科在研究内容和方法上均存在差异。因此,翻译传播学与翻译学是研究领域存在交叉的关联学科。

(三) 翻译传播学与其他学科

翻译传播学是一门新兴交叉学科,除了传播学、翻译学之外,与之密切相关的还有跨文化传播学、语言学、符号学、社会心理学、媒介学等。“跨文化传播学的存在意义及学科本质,就是通过对人类文化差异的研究,求得对人类生活的社会和时代的理解,最大限度地克服差异所制造的交流障碍。”^{[9]89}从符号运用来看,跨文化传播有语言交流和非语言交流。从传播区域看,跨文化交流有国际交往和国内交往。^{[20]2}跨文化传播学研究的国际交往和语言交流与翻译传播学是相关联的,翻译传播学可以借鉴跨文化传播学中关于克服文化差异障碍的相关理论和方法。

传播学阐释传播机制以及翻译学阐释翻译机制,都借助符号学与语言学,翻译的语言学研究是翻译学的“一个最重要的流派”^{[21]75},翻译传播学阐释信息传递机制同样需要借助符号学和语言学。在研究翻译传播媒介时,翻译传播学需要借助电视学、编辑出版学、广播学等专门的媒介学理论;在研究翻译传播受体时需要借助社会心理学等。

(四) 翻译传播学的研究特性

相对于翻译传播学的学科构建来说,人们对翻译传播现象的关注出现较早。近年来翻译学研究的一个明显趋向就是在研究翻译行为的同时研究译作的传播。^{[22] [23] [24]}“翻译+传播”的研究对于纯翻译研究有所拓展和超越,为翻译传播学的构建提供了学术土壤。

翻译传播是一种普遍存在且具有特殊属性的传播现象,需要进行系统的理论研究。传播学目前缺乏对这类特殊传播现象的研究,当下国内翻译学研究开始注重这类传播现象的一个环节。因此,翻译传播学的构建十分必要。翻译传播学对翻译传播进行整体考察,从客观现象出发,揭示其本质,研究其整体运行中的策略运用与最佳效果。

翻译传播学包括基础理论研究和应用研究。翻译传播是传播的一种特殊形式,具有传播的一般属性和自身的特殊

性,对翻译传播一般属性的阐释来自传播学及其他相关学科;对翻译传播特殊性的阐释来自运用传播学、翻译学及其他学科的理论和方法进行的开创性研究。翻译传播的技能、策略及监测评估模型等应用研究来自运用翻译传播学及其他相关学科的理论对相关案例的分析和总结。

三、翻译传播学研究的基本内容

翻译传播学研究的基本内容就是翻译传播的本质与过程。其中,过程研究包括过程总论(过程模式)和分论(六个要素)。虽然语际转换和效果都是翻译传播过程中的环节,但其关键性和重要性使其可以单独作为翻译传播学研究的基本内容之一。因此,翻译传播学的研究内容可以概括为翻译传播的本质、过程、语际转换和效果四个方面。翻译传播本质在本文第一部分已作论述,过程模式、主体、客体、译者、媒介、受体、效果等论述如下:

(一) 翻译传播过程模式

拉斯韦尔从传播的简单形式入手对传播过程作了论述,提出了经典的传播过程“5W”理论“描述传播行为的简便方式就是回答下列问题:谁/说什么/通过什么渠道/对谁说/取得什么效果?传播过程研究往往集中于上述某个问题。”^{[25]35}翻译传播过程中加入了译者,即“Who translates”,这是翻译传播特有的要素,由此构成了翻译传播的6W(见图1)。

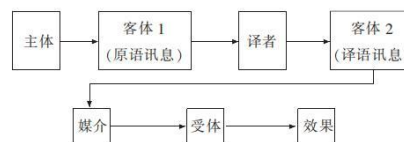


图1 翻译传播过程示意图

翻译传播六个要素中,效果是其目的与结果;作为客体的讯息是联结各个要素的焦点。主体、译者、媒介及受体处于翻译传播过程的四个环节:发起环节以主体为中心,发出讯息;翻译环节以译者为中心,完成讯息的语言转换;传输环节以媒介为中心,传输讯息;接收环节以受体为中心,接收讯息。

运用传播学阐释传播过程的一些模式^{[9]50-56}来阐释翻译传播过程,可以揭示翻译传播的特性。图1的翻译传播过程是单向的,可称为线性模式,显示了翻译传播过程的组成要素。如果把现实中传播的双向性、主体与受体的角色互换考虑进来,就是翻译传播的循环模式。翻译传播往往是多种翻译传播活动相互影响的综合过程,这种影响既可能是共时的,也可能是历时的,在考察具体翻译传播活动时加入其他翻译传播活动的影响,就是翻译传播过程的系统模式。现实的翻译传播是在复杂的社会环境中进行的,翻译传播受到政府和机构、社会制度、舆论、民众心理、社会习俗等各种社会因素的制约,同时也对社会产生作用和影响,这就形成了翻译传播的社会模式。

(二) 翻译传播主体

翻译传播过程的首个要素是翻译传播主体,即传播者,

是翻译传播活动的发起者,控制整个过程并且影响传播效果。

分析翻译传播主体如何控制过程并影响传播效果,是翻译传播主体研究的主要内容。在现实中,翻译传播主体是传播行为的责任主体,具有五个方面的责任和权力:决定翻译传播内容,确定呈现形式,选择媒介方式,挑选译者并与之互动,提供实施翻译传播所需的条件。翻译传播主体呈现出多种形式,个人、群体、组织都可以成为传播主体,掌握完成翻译传播所需的语言技能,确定完成翻译传播所需的人员或设备。

(三) 译者

研究如何实现语际转换,阐明译者在翻译传播中的定位与作用,研究译者的活动及其与其他要素之间的互动,从译者角度研究提升翻译传播效果的策略,这些构成了翻译传播学关于译者研究的主要内容。

译者是翻译的主体,但不一定是翻译传播的主体。译者是翻译传播过程中从事翻译活动的人、机器或者二者的组合。译者是信息从原语到译语的转换器,是译语信息的“把关人”。译者的主体性表现在两个方面:其一,译者是翻译传播的关键要素,没有译者的参与翻译传播就无法实现;其二,译者参与信息传递的内容筛选。译者研究中,关于翻译标准或原则、策略和方法、译者所处的社会文化环境以及翻译技术的运用等,翻译传播学与翻译学存在相通之处。

译者与翻译传播各要素之间的互动是翻译传播学的重要研究内容,也是从译者角度提升翻译传播效果的基本策略。译者与翻译传播主体“重叠”是翻译传播特有的现象,这里的“重叠”有两层含义:一是指在角色上译者有时就是翻译传播主体;二是在传播功能上,译者作为翻译传播主体的“利益攸关者”,共同对翻译传播效果产生影响。译者与翻译传播主体、翻译传播受体三者的互动是翻译传播过程中最基本的互动。充分掌握并运用传受双方语言与文化的译者或译者组合是翻译传播的“理想译者”。译者还要与翻译传播媒介互动,根据不同类型媒介的特点与要求完成信息转换。

(四) 翻译传播客体

“人类传播是一个以信息为媒介的社会互动过程”。^{[9] 42} 讯息则是由一组相互关联的有意义的符号组成的、能够表达某种完整意义的信息,是翻译传播的客体 and 构成要素,也是主体、译者、受体、媒介、效果等各个要素互动的聚焦点。翻译传播学需要借助语言学、符号学以及媒介学等学科理论,阐明翻译传播信息的结构、传递特点和处理策略。

人类运用语言符号交流有两种方式,一种是用语音通过听觉来交流,另一种是用文字通过视觉来交流。这两种方式使人类运用语言符号交流的讯息呈现为话语和文本,二者之间可以互相转化,也可以配合使用。话语的翻译传播主要指现场口译,对话语翻译传播的研究与翻译学中的口译研究存在共性。文本的翻译传播与传播媒介相关,在翻译传播中呈现出复杂性和多样性。

一般传播过程的讯息传递是从传播者经过媒介直接到受传者,但翻译传播的讯息传递有三个阶段:原语理解(原语讯息从主体到译者)、语际转换(译者对原语讯息进行加工处理)、译语表达与传递(将加工处理之后的讯息用译语表达出来并传递给受体)。从翻译传播学看,讯息传递的三个阶段同等重要,译语讯息是否适合受体,不只取决于译者,也取决于发出讯息的翻译传播主体。

对翻译传播讯息处理策略的研究是应用型研究:口译技能研究针对话语翻译传播策略;文本类型翻译研究针对文本翻译传播策略。翻译传播学在吸纳已有的文本类型理论的基础上,结合传播媒介的特点,分析各种传播媒介文本的语言及其呈现特点。根据传播媒介特点划分的主要文本类型有:会议文件、报刊文章、图书、影视文本、图片会展说明、公共信息等。

(五) 翻译传播媒介

作为翻译传播过程要素之一的媒介具有三重含义,一是讯息传递的渠道、中介物和工具(统称载体媒介),二是讯息传递的技术手段(统称技术媒介)三是从事讯息采集、加工制作和传播的社会组织(统称机构媒介或媒介)。翻译传播媒介研究包括载体媒介、技术媒介的运用和机构媒介的发展等。

从事翻译传播活动的机构媒介具体包括从事翻译传播的新闻社、报刊社、出版社、广播电台、电视台、网站、会展公司、广告公司等。机构媒介的活动依据其传播方向分为对内翻译传播和对外翻译传播。翻译传播媒介具有以下特性:传播活动中存在翻译环节;传播活动需要获得作品著作权人的授权;有些翻译传播活动存在跨国或跨区域的媒介合作;有些翻译传播活动需要得到相关管理部门的许可。研究翻译传播媒介的特性、类型及其翻译传播能力建设,是翻译传播学的一个广阔领域。

不同类型的机构媒介提供不同的载体产品:新闻报刊社提供翻译的文章和图片,出版社提供翻译的图书和音像电子出版物,广播电台提供翻译的音频产品,电视台和影视公司提供翻译的视频产品,网站提供互联网翻译产品。翻译传播学结合各种媒介学理论,从不同类型机构媒介的实践案例分析入手,研究不同类型媒介的发展和运作规律,研究不同类型载体媒介的发展、运用及其对翻译传播效果的影响。

加强翻译传播媒介能力建设是提升翻译传播效果的需要。翻译传播媒介能力建设包括三个方面:一是提升机构媒介的话语影响力,增强其议题设置能力和国际话语影响力;二是促进载体媒介、技术媒介的发展;三是开展媒介影响力的监测评估。

(六) 翻译传播受体

翻译传播受体即受传者,是翻译传播讯息的接收者,以个体或者群体方式存在,其中“传播活动的群体性接收者称为‘受众’”。^{[20] 198} 翻译传播学运用传播学、跨文化传播学、心理学和营销学等学科理论,研究翻译传播受体对翻译传播讯息接收的行为特征及其规律,着重研究各类翻译传播受体的

社会环境和文化心理,研究各类翻译传播受体的需求,从受体角度研究提升传播效果的策略。

受体接收讯息表现出不同的特征,对于他们来说,翻译传播讯息往往呈现为一种异质文化,受到意识形态、文化传统和群体意识的影响更大。翻译传播学结合跨文化传播理论、“媒介需求满足”理论和受众理论,运用抽样调查方法可以对各类受体进行细致的实证分析。

市场受众把受众视为媒介产品的消费群体,从市场角度研究受众的需求是媒介的一项基础性工作,翻译传播媒介也不例外。对受体需求的研究就是寻找“目标受众”,即某个媒介或某项媒介产品传播的目标人群。通过市场调查,可以了解受体的消费特征,帮助媒介把握“目标受众”及其产品的分众市场。

受体是媒介传播的对象,在传播过程中并不是完全被动的,而是会对媒介产品进行选择。翻译传播活动取得何种效果,最终取决于受体对媒介产品的接受程度。翻译传播媒介面对的是不同语境的受体,尤其要注意引导受体参与翻译传播活动,方法之一就是“试传播”,即在大批翻译传播产品推出之前,选择一定数量的目标个体,提供产品样本,请他/她反馈体验、提出改进意见,如翻译图书的试读、翻译影视的试看、翻译声频节目的试听等。

(七) 翻译传播效果

翻译传播效果是翻译传播学研究的指归。“如何评估和改善翻译传播效果”是翻译传播学要解决的一个基本问题,也是翻译传播学研究的根本意义所在。翻译传播学要明确翻译传播效果的特殊内涵及其规律,研究效果的监测评估。

传播效果既指带有说服动机的传播行为引起的受体心理、态度和行为的变化,即主体意图的实现状况;也指传播活动尤其是大众传媒的传播活动对受体和社会产生的影响和结果。前者主要研究传播活动的具体效果,后者主要研究传播过程的综合效果。翻译传播过程中讯息经过了语际转换,因此对翻译传播效果的考察更强调主体意图的实现和信息的准确传递。

改善翻译传播效果有三个原则:充分互动、克服障碍和构建形象。充分互动是指翻译传播过程各要素充分互动,有三层含义:(1)翻译传播由于增加了“译者”要素,传播效果的改善尤其需要各要素之间的充分互动;(2)翻译传播各要素都对传播效果产生影响;(3)监测评估翻译传播效果需要考量各要素作用的发挥。克服障碍就是在传播过程中克服社会文化差异、传播制度限制、传播渠道不畅等影响因素。翻译传播具有跨文化传播的特点,克服障碍的程度决定了传播的效果。翻译传播障碍包括:(1)制度障碍(包括舆论环境、意识形态、法律法规等);(2)文化障碍(包括信仰、习俗、教育等);(3)情感障碍(包括兴趣、喜好、爱憎等态度);(4)语言障碍。翻译传播对内和对外两个向度中,对外翻译传播的效果尤其需要构建形象,具体包括:(1)作品形象;(2)主体形象;(3)文化形象(民族文化、地区文化或行业文化的整

174

体形象);(4)国家形象。

翻译传播效果的监测评估要根据媒介需要,主要采取实证量化的方法,综合考虑文化传播效益、宣传效益和市场效益,采集翻译传播各个环节的数据进行分析,建立符合实际的监测评估模型。

四、翻译传播学的研究方法

翻译传播学总体上采取定性研究与定量研究相结合、规范研究与实证研究相结合、历时研究与共时研究相结合的原则,具体可以采取以下研究方法和路径。

(一) 借鉴传播学、翻译学的研究方法

在一般方法论和具体学科研究方法两个层面,翻译传播学主要借鉴传播学与翻译学。以拉斯韦尔、施拉姆等为代表的传播学经验学派方法论以美国实用主义为哲学背景,认为传播现象的理论和假设都能够通过人们设计的科学方法得到验证;以阿道尔诺、马尔库塞等为代表的传播学批判学派以欧洲西方马克思主义为哲学背景,将传播理论与社会理论相结合,辩证分析传播环境与传播现象。翻译传播学需要借鉴这两大学派的方法论,综合运用实证分析和辩证分析。在具体研究方法上,传播学的抽样调查、内容分析、控制实验、辩证分析,以及翻译学的语形-语义-语用结合分析、原文-译文对比、多译文比较、译文风格再现和语料库研究等,都可作为翻译传播学的基本研究方法。

(二) 翻译传播学的四种主要研究路径

把研究领域和主要研究方法相对应,可以梳理出翻译传播学四种主要研究路径:(1)翻译传播效果的实证研究,主要运用抽样调查、案例分析、控制实验和模型构建等实证性研究方法,研究翻译传播的过程及其影响控制、翻译传播效果及其监测改进等。(2)翻译传播文本的综合研究,主要运用语义分析、内容分析、文本比较、文献研究、语料库建设等研究方法,综合研究各类翻译传播文本。(3)翻译传播技术的融合研究,主要运用语义分析、量化分析和控制实验等研究方法,研究新媒体技术、机器翻译技术、大数据等的融合应用及其对翻译传播的影响。(4)翻译传播的社会、文化与历史的辩证研究,主要运用辩证分析、历史分析、共时分析等方法,研究翻译传播与社会发展、社会环境的相互关系等重大问题。

四种研究路径中,翻译传播效果的实证研究和翻译传播文本的综合研究是翻译传播学的基础研究,翻译传播技术的融合研究和翻译传播的社会、文化与历史的辩证研究是翻译传播学的发展研究。

五、翻译传播学的社会应用

翻译传播学的产生是人类翻译传播发展的需要,是翻译传播实践推动的结果。与其他学科发展一样,翻译传播学源于实践,服务于实践。

(一) 翻译传播涉及的领域和人群

翻译传播现象普遍存在,如:个人的出国旅游、留学、非母语学习等,机构开展的非母语教育、国际访问、国际商务、国际会议等,社会的多语服务、公共场所的多语标识、政府部

门的外事活动等,大众传媒的国际传播等,几乎涉及了文化、教育、旅游、商贸、服务及社会管理等所有领域。在全球化趋势中,由于非母语学习逐渐推广、机器翻译技术迅猛发展以及跨文化交流增多,翻译传播现象日趋广泛。

根据涉及翻译传播的程度,与之相关的人群有三种类型:(1)偶涉人群,即偶尔参与翻译传播的人们,如短期去非母语国家或地区的旅游者、学习访问者或工作人员等,需要具备外语交际技能和一些翻译传播学常识。(2)常涉人群,即日常活动包含翻译传播内容但非专职从事翻译传播的人们,如涉外导游、兼职译员、兼职版权代理、非专职外文编辑、非专业外文网页编创人员、多语广告标识制作人员等,需要掌握相关行业外语技能跟相关领域的翻译传播学知识。(3)职业人群,即在异语场景中任职、将翻译传播作为职业的人们,如职业外交人员、职业翻译、外语教育人员以及翻译传播机构的记者、编辑、译员等。职业人群内部又分两类:一类是把外语技能作为职业工具的人们,在具备相应的外语交际技能的同时,还需要掌握与工作内容相适应的翻译传播学知识;另一类是不仅把外语交际技能作为职业工具而且负有翻译传播职责的人们,如学术型翻译机构的译员、学术型外语教育机构的教研人员、翻译传播机构的记者、编辑、译员等,在理论和实践中需要系统掌握翻译传播学的理论和方法。

(二)翻译传播学社会应用的五个方面

1. 为各类作品的翻译传播提供指导。作品的翻译传播是常见的翻译传播活动,通过总结作品翻译传播过程、分析各类典型案例,翻译传播学不仅能够从理论和实践上给作品翻译传播过程的互动提供指导,而且能够给作品翻译传播效果的评估提供方法。

2. 为翻译传播项目的运作提供借鉴。翻译传播活动常常以项目形式呈现,如:一个国际会议的文宣和文件的综合解决方案,出版社或报刊社的出版选题或栏目,相关部门或机构推出的各种国际文化交流项目,等等。翻译传播学通过分析各类翻译传播项目的典型案例,从项目运作上提供参考范例,从方法上为各类翻译传播项目的效果评价模型提供借鉴。

3. 为加强媒介翻译传播能力建设提供支持。媒介的翻译传播能力对翻译传播效果有直接影响,翻译传播学通过对各类媒介翻译传播实践进行理论总结、建立媒介翻译传播影响力的评估体系、为媒介培养翻译传播人才等,从理论和实践两个方面为媒介翻译传播能力的提升提供支持。

4. 为提高社会翻译传播服务水平提供帮助。随着全球化发展,为使用非母语的人们提供的社会翻译传播服务逐渐增多,如公共场所的非母语标识、旅游景点的标语或讲解、政府部门及各类组织的非母语文宣等等,这是社会文化面貌展示的一个重要方面。目前,我国社会翻译传播服务还存在不

少问题,翻译传播水平亟需提高。翻译传播学知识的普及及可以提高社会对翻译传播的认识,翻译传播学通过分类指导助力提升各类社会翻译传播服务的水平。

5. 为促进中外交流、讲好中国故事提供理论支持。为了增强国家的文化软实力和国际话语权,各国政府对开展国际翻译传播有着巨大需求。翻译传播学的构建可以助力新时期中外交流和中华文化“走出去”,为解决目前存在的翻译传播效果不好、翻译传播途径不畅、翻译传播能力不强等问题提供理论支持。

结语

翻译传播在今天蓬勃发展,一方面翻译技术的进步使人们的跨语言交流日渐普遍,另一方面翻译传播媒介的活动也日趋活跃。仅以我国对外翻译出版项目“经典中国国际出版工程”“中华学术外译”为例,前者2013—2019年间资助了2183种图书翻译出版,后者2010—2019年间资助了1026种图书翻译出版。^①在翻译图书品种增长迅猛的同时,如何提升翻译传播效果就成为一个十分紧迫的课题。

党的十九大报告提出:“推进国际传播能力建设,讲好中国故事,展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力。”^[2]长期以来,中国文化“走出去”面对着文化、制度和意识形态等方面的传播障碍。新冠疫情的出现,不仅增加了不同国家的人们物理空间的隔离,也加深了人们跨文化交流的心理隔阂。因此,研究突破传播障碍、构建中华文化国际传播形象的策略,就成为时代赋予我们的一项使命。

由此可见,作为一门新兴交叉学科,翻译传播学的构建有其外在的时代需求和内在的学科发展需要。本文基于学界的已有研究,从认识论角度揭示翻译传播的本质和规律,论证翻译传播学的科学性和合理性,从本体论角度明确该学科的研究对象,从方法论角度阐述其适用的研究路径及具体方法,尝试构建翻译传播学的基本框架。此外,本文还在以下方面具有创新:一是从语言的角度分析传播,提出了传播分为同语传播和异语传播“异语传播”概念的提出真正厘清了翻译与传播的关系,揭示了翻译传播的本质;二是运用传播学理论考察翻译传播过程,提出了翻译传播四个环节、六个要素的理论,真正把翻译放在传播整体过程中进行考察,改变了此前把翻译与传播分隔开来的研究格局;三是对翻译作为传播的一个要素(一个环节)后各个要素(各个环节)相应出现的新变化进行考察,提出了一些新的认识。随着研究的深入和理论的完善,翻译传播学的学术价值、社会价值和应用价值将日益凸显。

参考文献:

- [1] 吕俊. 翻译学——传播学的一个特殊领域 [J]. 外国语, 1997 (2).
- [2] 孟伟根. 关于建立翻译传播学理论的构想 [J]. 绍兴文理学院

^① 此处数据系本文作者统计,经典中国国际出版工程的数据来源于《中国新闻出版广电报》,中华学术外译的数据来源于中国社会科学网(www.cssn.cn)。

- 学报(哲学社会科学版), 2004(2).
- [3] 姚亮生. 内向传播和人际传播的双向对话——论建立传播学的翻译观[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学版), 2004(3).
- [4] 唐卫华. 论翻译过程的传播本质[J]. 外语研究, 2004(2).
- [5] 张生祥. 翻译传播学: 理论建构与学科空间[J]. 湛江师范学院学报, 2013(1).
- [6] 谢柯, 廖雪汝. “翻译传播学”的名与实[J]. 上海翻译, 2016(1).
- [7] [美] 威尔伯·施拉姆, 威廉·波特. 传播学概论(第二版)[M]. 何道宽, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2010.
- [8] [美] 斯蒂文·小约翰. 传播理论(第五版)[M]. 陈德民, 叶晓辉, 译. 北京: 中国社会科学出版社, 1999.
- [9] 郭庆光. 传播学教程(第二版)[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.
- [10] 李凌凌. 传播学概论(第二版)[M]. 郑州: 郑州大学出版社, 2014.
- [11] 胡正荣. 传播学概论[M]. 北京: 高等教育出版社, 2017.
- [12] 马祖毅. 中国翻译简史[M]. 北京: 中国对外翻译出版公司, 1997.
- [13] 辞海编辑委员会编. 辞海[Z]. 上海: 上海辞书出版社, 1989.
- [14] 方梦之主编. 中国译学大辞典[Z]. 上海: 上海外语教育出版社, 2011.
- [15] 黄忠廉. 翻译活动的轴心——转换[J]. 中国科技翻译, 1992(4).
- [16] 黄忠廉等. 翻译方法论(修订本)[M]. 上海: 华东师范大学出版社, 2019.
- [17] 仲伟合. 对翻译重新定位与定义应该考虑的几个因素[J]. 中国翻译, 2015(3).
- [18] 明安香. 传播学学科发展前景的展望[J]. 现代传播, 2005(1).
- [19] 孙英春. 跨文化传播学导论[M]. 北京: 北京大学出版社, 2008.
- [20] [美] 拉里·萨默瓦等. 跨文化传播(第六版)[M]. 闵惠泉等, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2013.
- [21] 许钧, 穆雷. 翻译学概论[M]. 南京: 译林出版社, 2009.
- [22] 杨平. 《易经》在西方的翻译与传播[J]. 外语教学与研究, 2015(6).
- [23] 梁真惠, 陈卫国. “活态”史诗《玛纳斯》的翻译与传播[J]. 中国翻译, 2018(5).
- [24] 王东风, 赵毅. 五四运动前后马克思主义在中国的翻译与传播[J]. 中国翻译, 2019(3).
- [25] [美] 哈罗德·拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能(双语版)[M]. 何道宽, 译. 北京: 中国传媒大学出版社, 2015.
- [26] 董璐. 传播学核心理论与概念(第二版)[M]. 北京: 北京大学出版社, 2016.
- [27] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[A]. 党的十九大报告辅导读本[C]. 北京: 人民出版社, 2017.

责任编辑: 立 早

Toward Constructing Translational Communication Studies

YIN Fei - zhou, YU Cheng - fa

(Institute of Translational Communication, Hunan Normal University, Changsha, Hunan 410081, China)

Abstract: The international communication of Chinese culture is mainly cross - lingual translational communication. Faced with the fundamental problems of overcoming communication obstacles and improving the communication effect for a long time, the construction of Translational Communication Studies (TCS) is to provide theoretical support to the solution of the problems. Translational communication refers to the information transmission realized via human translation in cross - lingual scenes. TCS, as a branch of Communication Studies, is a new interdisciplinary subject on the essence and rules of translational communication. Regarding translational communication as a whole process, this paper expounds its connotation and interrelationship with communication and translation respectively, unveils its essential nature and discusses its theoretical basis, research contents and approaches and its social application, in the hope of promoting the theoretical reflection and practical exploration of translational communication.

Keywords: translational communication; Translational Communication Studies (TCS); translation; communication; nature

新华文摘

【半月刊】



1 2021

ISSN 1001-6651

**习近平新时代中国特色社会主义思想与
中国话语建构** (何毅亭)

贯彻习近平法治思想 推动宪法全面实施 (杨振武)

论疫情冲击下的中国经济韧性 (韩保江)

现代主义与当代主义 (杨大春)

财政理论中三个基本问题的再探讨 (吴俊培)

从“五朵金花”到“皇权”“封建”之争 (李治安)

大河初心 (高建国)

新“小说革命”的必要与可能 (王 尧)

望英雄 眉目有山河

——回忆艰苦卓绝的上甘岭战役 (吴东峰)

网络文化内容监管的价值冲突与秩序治理 (高宏存)

一流大学与中心城市的互动发展 (宋争辉)

黑海生态

——物联网时代的新战略思维及管理工具 (张瑞敏)

**加强我国新发突发传染病中医药应急防控
体系建设的战略思考** (全小林 等)

中国纪录片的文化使命与国际传播 (张同道)

新华文摘

半月刊

2021·1
创刊/1979年1月

【总第709期·2021年1月5日出版】



微信公众号

主管单位：国家新闻出版署
主办单位：人民出版社
编辑出版：新华文摘杂志社

社长：李春生
总编辑：喻阳
副总编辑：王善超
副社长：刘仲翔

编辑部电话：(010)65132880
传真：(010)65132880
市场部电话：(010)65170515

邮购热线：(010)65250042
地址：北京隆福寺街99号金隆基大厦
邮编：100706
网址：<http://www.xinhuaawz.com>

印刷：北京新华印刷有限公司
国内总发行：北京报刊发行局
邮发代号：2-244（小字本：2-243）
订购处：全国各地邮政局
国外总发行：中国国际图书贸易集团有限公司
（100044 北京车公庄西路35号）

国外代号：SM7
国内统一刊号：CN 11-1187/Z
国际标准刊号：ISSN 1001-6651
广告登记：京东市监广登字20200028号
定价：19.00元（小字本：16.00元）

政治

- 习近平新时代中国特色社会主义思想与
中国话语建构·····何毅亭 1
中国制度力量的内在逻辑与实践优势·····曹劲松 4
论立场·····骆郁廷 7
基层政府数字化转型的趋势与挑战·····文宏 11

法学

- 贯彻习近平法治思想 推动宪法全面实施·····杨振武 13
检察权与检察制度研究【两篇】
论我国检察权的新发展·····周新 16
人民检察制度的理论逻辑与价值彰显
·····吴建雄 杨立邦 18
行政处罚决定应当依法公开·····戴建华 21

新华观察

- 论疫情冲击下的中国经济韧性·····韩保江 23
智能经济：高质量发展的新形态·····李彦宏 27
绿色发展的中国经验及未来展望·····沈满洪 28

新华文摘·2021|1

读书与传媒

中国纪录片的文化使命与国际传播 ····· 张同道 147

翻译传播学论纲 ····· 尹飞舟 余承法 149

理解性阅读和批判性阅读
——由王力先生谈阅读说开去 ····· 孙玉文 154

报刊文章篇目辑览 ····· 171

国家何以能治理好
人心政治论
地方权威主义治理逻辑及其困境
面向政府科学决策的智库建设
十月革命后列宁工会职能定位的演变
民族国家共同体演进中的族群权利：
边界及其治理
探索数字时代的自主性法治道路
民事纠纷的社会性与民事诉讼程序和
制度的构建
全球公共卫生合作治理机制的革新
刑事缺席审判程序的立法反思与实践
转向
附条件不起诉的新考道帮教理念
中国道路的哲学意蕴与时代价值
后现代与伦理难题
《黄帝内经》生命观的哲学意义
“五常”与中国传统核心价值观
真理检验逻辑与真理规范逻辑
规范性理由：内在理由还是外在理由？
债务/GDP水平及波动对经济危机发生
概率的影响
从企业规模化视角解释劳动收入份
额变动
实现人口红利的充分必要条件
要素收入与居民收入分配格局
两种贸易自由化对劳动力资源配置的
影响
依托数字经济发展，实现服务贸易数字
化转型
《清史地图集》的学术理论与编绘实践
古代西藏佛教藏书的历史发展
小面额东南会子对南宋货币流通的影响
元代丝绸之路对民族融合的影响
17—19世纪中日朝对原典儒学中实学
价值取向的传承发展
日本侵华战争的决策体制与政策
中国第六代导演的内卷化现象
新世纪网络文学创作的四大走向

左翼文学的海派特性
初盛唐五言“古风”型诗歌的诗史意义
宋代文人与砚
王船山诗学“宾主”说与“情之景”的
确立
20世纪初中国女性服饰变革与社会变革
连片特困地区公共文化服务的跨区域治理
想象的异邦：20世纪上半叶中国对印
度的文化叙事
“两个一百年”期间中国文化产业
的挑战与机遇
历史文化街区更新的逻辑考察
什么是“劳动的独特育人价值”
“本科出身”重要吗
跨学科教育的内涵与特征
着力提升教师教育的专业品质
教研要走出“学科本位”
适应数字经济时代的理性管理学派
预期交流影响创造力
平台领导力对探索式创新的影响
网络外部性对制造商制造策略选择的
影响
新创企业的即兴行为如何转化为惯例
区域城市先进制造业现状分析与发
展策略
专利质量层级、专利管理能力与专利
实施水平
选择性税收激励、迎合式研发投入与
研发绩效
身体哲学视阈下对中医学的思考
技术相似性与并购后创新绩效关系
用户媒介使用宽度的性别沟及其演进
规律
智能媒体的演进逻辑与未来发展
饭圈失范的表象及纠偏
中国影视国际传播力提升的十个创新
理念
县级融媒体中心建设应重视全媒体人
才培养

稿酬启事：

一、按照国家税务管理有关规定，本刊向作者支付稿酬须履行全额申报和代扣代缴义务。本刊为二次文献，选用刊发稿件前通常不与作者联系，不掌握作者身份证号、汇款账号等有关信息。请稿件被本刊刊发后未收到稿酬的作者，通过电话、电子邮件等方式，与我刊有关人员联系，提供本人身份证号及银行卡号相关信息，以便我们及时为您支付稿酬。

联系人：张晓霞
联系电话：010-65242951
电子邮箱：xhwzgc@163.com
二、本刊部分转载文章，原发报刊未注明作者单位，这部分文章作者，如文章被我刊刊发后未收到稿酬，请按以下方式联系查询：
联系人：冯华
联系电话：64081085
联系地址：北京市朝阳区内大街55号2期209室
邮政编码：100010

邮购启事：

欲邮购2021年本刊者，请从邮局直接汇款至北京人民东方图书销售中心（地址：北京市东城区隆福寺街99号金隆基大厦，邮编：100706）；汇款时请正楷写清详细地址、邮编和姓名，以免误投；在附言栏上注明欲购刊期、册数及开票单位；不用另函；汇款请勿寄个人。2021年半月刊含邮资价：小字本，每册16.00元，全年456.00元；大字本，每册19.00元，全年528.00元。欲购过期刊物，请致电010-65250042、65289539联系。



东方红（摄影 1961年）袁毅平

（选自《中国摄影》）

ISSN 1001-6651



0 1 >

9 771001 665192

CN 11-1187/Z 邮发代号 2-244 定价: 19.00元