

Language Carrier for Cultural Output from Perspective of Prototype Category

Jingyu Liu

Foreign Language College, Shenyang Aerospace University, Shenyang Liaoning
Email: jyliudiana@126.com

Received: Apr. 14th, 2015; accepted: Apr. 30th, 2015; published: May 7th, 2015

Copyright © 2015 by author and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

Abstract

According to cognitive category, prototype is mental represent and a cognitive reference point, based on which category is built. Cultural output aims to convey authentic and comprehensive Chinese culture, which needs various carriers, especially the language. Good command of English basis and solid English writing, translating and speaking abilities and skills can promote Chinese cultures to catch up with the whole world faster, achieving the target of cultural output.

Keywords

Cognitive Prototype, Category, Cultural Output, Language Carrier

原型范畴视角下文化输出的语言载体

刘敬钰

沈阳航空航天大学外国语学院, 辽宁 沈阳
Email: jyliudiana@126.com

收稿日期: 2015年4月14日; 录用日期: 2015年4月30日; 发布日期: 2015年5月7日

摘要

范畴认知观认为, 原型是心理表征, 一种认知参照点。范畴围绕原型建构。文化输出要传递真实、全面

的中国文化。中国文化“走出去”需要多种载体，语言因素不容忽视。良好的英文基础，扎实的英文写作、翻译及口语功底能够推动中国文化更快地赶上世界步伐，真正实现文化输出的目标。

关键词

认知原型，范畴，文化输出，语言载体

1. 引言

文化代表一个国家的软实力，文化输出的成功与否极大影响着国家形象的好坏，进而影响其国际地位的确立。十八大以来，国家围绕提升文化软实力、扩大对外文化交流和提高国际话语权，作出一系列重要部署[1]。习近平总书记发表的一系列重要讲话指出了中国文化走出去的重要性、紧迫性以及走出去的方法、目标和途径。由此，文化输出的重要性得以突显。

语言是世界的一部分，原型效应现象存在于语言和非语言的概念结构中，强调对物体的感知。该理论被语言学家等应用于语义、语言结构、范畴习得等方面的研究，应用广泛。本研究将认知原型范畴应用于文化输出中的语言运用，探讨围绕中国文化这一原型，如何借助语言这一载体推动中国文化“走出去”。

2. 认知原型范畴与中国文化

原型范畴理论(prototype theory)是认知语言学重要观点，哲学根源起源于 Wittgenstein 的“家族相似性”研究[2]。按照维氏，范畴的边缘模糊不清。语言符号是有限的和非连续的，以有限的、非连续的符号承载无限的、连续的外部世界是范畴边缘模糊不清的原因。范畴化基于感知，原型由于集中感知并符号化信息便成为了范畴的代表，并表现出语义范畴的向心性[3]。之后，美国认知心理学家罗施在 70 年代对形状和其他物体的试验证明了原型具有普遍意义[4]。最早对某个范畴的理解围绕该范畴的 prototype 展开，然后由其逐步拓展开去。某个表现出与 prototype 相似的物体就可被视为该范畴成员[5]。原型是物体范畴最好、最典型的成员，其他成员具有不同程度的典型性。范畴中的典型并非固定不变，其随语境变化而变化，且依赖贮存在我们头脑中的认知模型(cognitive models)，而认知模型最终依赖文化模型(cultural models) (见图 1)。

中国文化博大精深，是华夏民族历史实践和思想情感的智慧结晶，既“源远流长，积淀着中华民族最深层的精神追求”，又“代表着中华民族独特的精神标识”。将中国文化传播出去，让世界深入了解中国，是我们面临的一项重要课题；如何将文化推向世界，怎样推则是我们应接受的一项重要任务。对中国当代文化进行整体梳理，坚持全球化东方大文化创新理念，将中国传统与世界前沿思想进行沟通，中国文化的身份将成功获得并重建[6]。中国文化“走出去”需要载体。全球化交际既要有共享的频道，也要有共享的语码[7]。语言作为传播文化的重要载体承载着文化内容并肩负着传承文化的历史使命。作为语言的基本技能，文化传播可以借助英文翻译、英文写作和英文口语等来进行；与此同时，以原型范畴为基础支撑，围绕中国文化这一认知范畴的原型，万变不离其宗，让中国文化能够在语言这一载体的助推下做到成功输出，让中国走向世界的脚步更快更顺利。

3. 语言助推中国文化“走出去”

3.1. 借助英文翻译

将中国文化国际化，语言是一大挑战，其中英文翻译起了重要作用。作为一种社会文化符号系统，

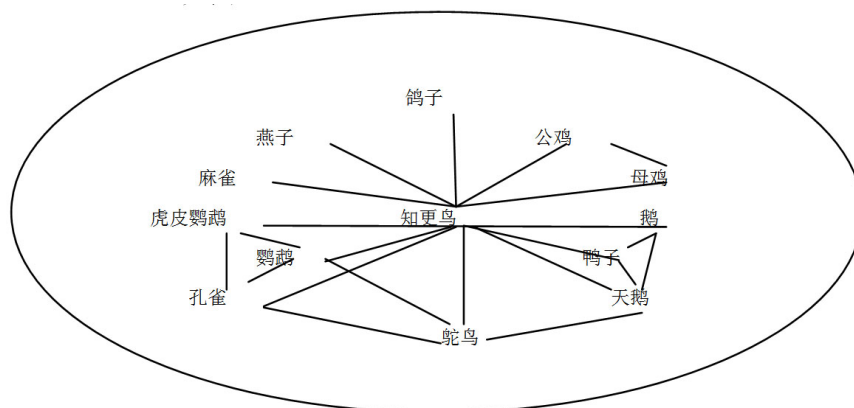


Figure 1. Illustration of Prototype Category

图 1. 原型范畴图例

语言与文化密不可分，这就决定了翻译与文化的密切关系。英国翻译理论家 Susan Bassnett 曾将语言比喻为文化有机体中的心脏[8]，“如同做心脏手术时不能忽略心脏以外的身体部分一样，在翻译时也不能冒险将翻译的言语内容和文化分开处理。”翻译学者 Mary Snell-Hornby 指出翻译是一种“跨文化活动”，翻译最大的困难是两种文化的不同[9]。可见，语际间翻译不仅仅是语言符号及其意义的转换，更是两种不同文化的相互沟通和移植，在一定程度上翻译是一种文化的交流。

借助英文翻译推动中国文化“走出去”，一方面需要注意中国文化的选择；另一方面要注重翻译的手法。依范畴原型为理据，围绕具有悠久历史的中国文化这一典型通过翻译充当沟通的桥梁，将中国文化和相关知识了解掌握后翻译就会游刃有余。例如中国的古语就要深入领会之后才可翻译出来：

己所不欲，勿施于人。(自己不想做的不要强加于他人。)

We should not do to others what we don't want others to do to us.

己欲立而立人，己欲达而达人。(自己要想成功，先帮助他人成功。)

We must help others achieve success if we want to achieve success ourselves.

横看成岭侧成峰。(看一座山，角度不同印象就不同。)

A mountain, when viewed in face, may look like a range; when viewed from the side, it may look like a peak. (A mountain, seen from different angles, will leave people with different impressions.)

在翻译中，基于文化的差异很多，如关于称谓语、关于色彩等等，因此，译者就要按照原型范畴做出相应的调整，使译作更加合理、通顺，易于理解。

3.2. 借助英文写作

虽然翻译在文化交流、传播文化中的作用极其重要，但是，与此同时，不同的文化不可避免地会发生一定程度的冲突和矛盾，给语言翻译带来难以逾越的鸿沟和难以克服的困难，从而增加语际翻译的不可译度。“只可意会，不可言传”就是这个道理。除了翻译之外，还可以借助英文写作来推动中国文化的输出。但是，文化差异和思维方式的不同对写作会产生一定影响。英文写作首先要遵从西方的模式和思维习惯，在介绍中国文化过程中使用地道的英文可以让世界准确地解读了解中国。在写作中，采用文化导入的方式加以控制，适时地输入丰富的文化背景知识，充分了解中西思维方式的不同，以便在跨文化交际时做出得体合适的语句输出[10]。输入大量的、适合的原型范畴的中国文化便于写作输出时有的放矢，游刃有余。例如，介绍中国传统节日饮食的文章可写成：

Traditional Chinese holiday meals are indispensable on some festivals. For example, the Dragon Boat Festival

tival is a day established in memory of the ancient poet Qu Yuan and people usually hold dragon boat races and eat zongzi, or rice dumpling on that day. The Mid-autumn Festival is an occasion for viewing the full moon. The round moon is a symbol for completeness and family reunion. The special food of the day is yuebing, a round cake known as the mooncake. The Spring Festival is the Chinese lunar New Year's holiday. Besides the popular poultry and meat, people cook traditional food according to regional customs, for example, jiaozi, or boiled dumplings, and niangao, or the "1" new year cake.

以英文写作来推动中国文化输出,在以中国文化为范畴原型的基础上进行文化思维模式的转换,从比较文化的角度认知汉英在词法、句法、语篇结构方面的差异,将英语写作这一文化行为置于跨文化交流的背景中,加强文化导入的力度。

3.3. 借助英文口语

口语的助推力和英文翻译与写作同样重要。人首先是交际型动物,需要利用口语表达思想,传递感情。而表达传递最直接的方式就是口语。随着国内国际交流和文化互动的增加,仅靠翻译和写作显然是不够的;我们需要的是直接与外国人进行面对面的对话与沟通,进而更直观地将中国文化介绍宣扬出去。在影响英语口语习得的因素中,说英语的“机会”和“环境”是最突出的;“动机”、“听”与“目标文化的了解”次之。“动机”与“环境”作为影响英语口语流利表达的重要变量对提高口语能力起着加速器的作用[11]。而 J. W. Atkinson 也认为动机决定了在不同行为中的时间分配,某种行为的动机程度与花在该行为上的时间具有线性的正相关[12]。因此,借助英语口语推动中国文化交流使学习者进行口语学习的动机更加清晰,在练好英语口语的同时,反过来也促进了口语能力的提高。此外,按照 Stevens,“语言不过是社会复杂文化的一个部分[13]。”利用口语传播文化首先还是要围绕中国传统文化这一原型范畴,在对两种文化都了解的基础上更好地使中国文化“走出去”。

4. 结语

中国文化这一原型范畴范围较广。原型范畴论认为,最早对某个范畴的理解是围绕其原型展开并逐步拓展开来。基本层次具有相关线索的有效性,可引发与之相关的成员和概念,以此为基础,向上或向下不断扩展形成上位范畴和下位范畴,也可通过隐喻认知模型发展成其他具体或抽象范畴[14]。中国文化上下几千年历史,由原型向外扩展,范畴之广之深令全世界为之俯首,将其传播宣扬出去任重而道远。英语这一输出文化的重要语言载体不可忽视。输入为了更好地输出[15]。这就需要先将英语五大基本技能中的听和读输入好,再将中国文化这一精深知识输入的量 and 质做足充分的准备,这样才能利用有效输入做好理想输出,利用英文翻译、英文写作和英语口语三大语言输出将中国文化完美呈现于世界,通过整体梳理中国文化、充分利用英语的语言载体功能来延续和发展中国自身传统。

基金项目

本文为辽宁省高等教育学会“十二五”高校外语教学改革专项课题“高校英语写作课程设计与教学方法研究”(项目编号:WYYB13124)的阶段性成果。

参考文献 (References)

- [1] 杨庆存 (2014) 中国文化“走出去”的起步与探索. *中国文化翻译与传播论坛*, 4, 5-9.
- [2] 张凤娟 (2003) 原型范畴理论与英语时态范畴化的认知研究. *天津外国语学院学报*, 5, 35-39.
- [3] 杨忠, 张绍杰 (1998) 认知语言学的类典型论. *外语教学与研究*, 2, 1-8
- [4] 赵艳芳 (2001) 认知语言学概论. 上海外语教育出版社, 上海.

- [5] Taylor, J.R. (2001) *Linguistic categorization: Prototypes in linguistic theory*. Foreign Language Teaching and Research Press, Beijing; Oxford University Press, London.
- [6] 王岳川 (2011) 文化输出——王岳川访谈录. 北京大学出版社, 北京.
- [7] Block, D. and Cameron, D. (2002) Introduction. In: Block, D. and Cameron, D., Eds., *Globalization and Language Teaching*, Routledge, London, 2-10.
British Association for Applied Linguistics (1994) Recommendations on Good Practice in Applied Linguistics.
http://www.baal.org.uk/about_goodpractice_full.paf
- [8] Bassnett, S. (1994) *Translation studies*. Routledge, London.
- [9] Mary Snell-Hornby, M. (1988) *Translation studies: An integrated approach*. John Benjamins, Amsterdam.
- [10] 王巧 (2010, 文化差异对英语写作的影响. *湖北经济学院学报(人文社会科学版)*, 7, 109-110.
- [11] 张东昌, 杨亚军, 李蓉 (2004) 影响中国学生英语口语流利表达的成因分析及教学对策. *外语界*, 1, 15-20.
- [12] 陈琦, 刘儒德 (2007) *当代教育心理学*. 北京师范大学出版社, 北京.
- [13] Strevens, P. (1987) *Discourse across cultures strategies in world English: Cultural barriers to language learning*. Larry E. Smith Prentice Hall, New Jersey.
- [14] 王寅 (2002) 认知语言学与语言教学(初稿). 苏州大学(内部交流), 江苏.
- [15] 杨连瑞, 张德禄 (2007) *二语习得研究与中国外语教学*. 上海外语教育出版社, 上海.