

新时代生态文明文本多模态翻译传播研究

夏潇璐, 付心依

东北林业大学外国语学院, 黑龙江 哈尔滨

收稿日期: 2024年1月15日; 录用日期: 2024年2月23日; 发布日期: 2024年2月29日

摘要

本文立足于当下利用多模态媒介传播我国生态文明思想的现实需要, 着眼于生态文明文本多模态翻译传播的学术意义和社会意义, 基于现实观察及文献分析, 立足多模态媒介传播的理论框架, 指出现阶段我国生态文明文本多模态翻译传播中存在的问题, 并提出相应的提升策略, 探究如何更好地利用多模态媒介传播生态文明文本的多模态翻译, 推动生态文明思想传播。

关键词

生态文明, 多模态媒介传播, 多模态翻译, 传播学

Research on Communication of Ecological Civilization Texts' Multimodal Translation in the New Era

Xiaolu Xia, Xinyi Fu

Colleges of Foreign Languages of Northeast Forestry University, Harbin Heilongjiang

Received: Jan. 15th, 2024; accepted: Feb. 23rd, 2024; published: Feb. 29th, 2024

Abstract

The thesis is based on the current practical needs of using multimodal media to spread China's ecological civilization ideas and focuses on the academic and social significance of multimodal translation and communication of ecological civilization texts. Starting from practical observation, literature analysis as well as the theoretical framework of multimodal media communication, it points out the existing problems in the current multimodal translation and communication of ecological civilization texts in China. Besides, it also proposes corresponding improvement strategies to explore how to make better use of multimodal media to disseminate the multimodal trans-

lation of ecological civilization texts and promote the dissemination of ecological civilization ideas.

Keywords

Ecological Civilization, Multimodal Media Dissemination, Multimodal Translation, Communication

Copyright © 2024 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

经济社会的发展与人们日益增强的生态文明建设需求一直以来推动着我国的生态文明思想的传播,生态文明建设也在内外双重助力下愈发显现其发展势头。在数字化的今天,传播模式和传播效果不再依赖于传统的文字和媒体,利用多模态媒介在国内外传播我国的生态文明思想更是推动生态文明建设不可缺少的重要一环。然而现阶段我国对生态文明文本的多模态翻译及传播仍有不足之处,仍然有巨大的提升空间,立足于这一现实和学术基础,本文着重阐述生态文明文本多模态翻译传播的现状,并探讨如何更好地利用多模态媒介传播生态文明文本的多模态翻译,推动我国的生态文明思想传播。

2. 生态文明文本多模态翻译传播现状

随着经济社会的发展,生态文明建设成为提高民生福祉、助力经济可持续发展的必要之举,人们对改善生态环境、加强生态文明建设的需求日益强烈。党的二十大报告提出了加强生态环境保护、健全生态文明制度体系的思想,在国内外传播我国的生态文明思想更是推动生态文明建设的重要环节。在传统媒介与现代媒介走向融合的当下,惯于图像、视听、超文本等多模态阅读的读者群不断壮大,多模态化的发展态势日益显著,发展多模态翻译且加以传播推广具有深刻的现实意义和社会意义,生态文明文本的多模态翻译传播也随着翻译学与传播学的发展不断变化发展。

通过文献研读及现实情况梳理发现,现阶段国内对于生态文明文本多模态翻译的传播主要集中在理论研究和实际传播两个方面。理论层面的多模态研究基本始于 21 世纪初期,大多集中于特定语篇的研究及具体理论的深化发展,针对生态文明文本多模态翻译传播的专门研究较为少见。近些年来,基于先前的理论基础,国内学者已经关注到国内生态文明思想进行多模态翻译传播的必要性,尝试将多模态话语构建、多模态话语分析相关理论应用于这一领域,并与许多翻译理论相结合,例如顺应论、语用等效论、接受美学、功能对等理论、文本类型理论、语料库翻译学等,这一研究领域内传播学理论的融合应用也有一定的发展,例如基本的传播学理论、译介学理论、跨文化交际理论以及外宣理论等等,在生态翻译学内部也注意到了对生态文明思想、生态文明文本翻译传播整体上的认知,如利用应用语言维、文化维、交际维的转化来进行相应的翻译文本传播实践。更有许多学者注意到为满足特定的传播目的,生态文明文本多模态翻译的传播应考虑到受众需要、满足域外读者群的期待、以受众为中心、以效果为先等等。然而,虽然已有诸多理论发展和研究,相比于其他研究,此类研究仍然相对滞后,实证研究也较为薄弱。

除此之外,从实际传播的角度看来,近些年对于生态文明文本多模态翻译传播的研究大多集中在文化传播及跨学科的融合研究上,较多聚焦于传播路径、传播方式、传播手段、传播载体、传播影响等方面,且研究范围存在一定的局限,大多集中在国内传播,传播手段也较为单一。

3. 多模态媒介传播的理论框架

多模态理论是近年来语言研究的热点问题之一, 其研究大致经历了“概念提出 - 内涵解析 - 外延扩展”的过程, 且已经逐步向传播学、翻译学、文艺学等多个研究领域延伸。国外学者较早就提出多模态概念, Kress & Leeuwen (2001) ([1], p. 183) 提出多模态是“来自不同符号系统的意义的结合”, “本质上, 多模态指在具体语境中一种以上的模态并存的现象, 这些模态包括书面语言、口头语言、形象等等” (Gibbons, 2012) ([2], p. 8)。我国学者也曾对多模态理论进行细致的内涵解析, 例如朱永生(2007) [3] 提出, 模态指交流的渠道和媒介, 包括语言、技术、图像、颜色和音乐等符号系统。顾曰国(2007) [4] 更清晰地表明, 模态是指“人类通过感官(如视觉、听觉等)跟外部环境(如人、机器、物件、动物等)之间的互动方式”。随着人们对多模态更深入、更广泛的探索研究, 当前, 人们已达成共识, 常见模态包括视觉模态、听觉模态、触觉模态、嗅觉模态和味觉模态等。

随着相关领域研究的逐步深入, 多模态研究得到进一步的扩展, 逐渐延伸出了多模态媒介传播策略研究。多模态传播媒介策略是指传播主体采用以互联网媒介为主体的, 能提供多模态语用表达符号传播界面的, 采用语音识别、视线跟踪、手势符号输入等数字传播技术, 利用现代传播媒介确保受众可以通过可听、可视、可触等多种感知手段, 生动、交互、主动地接受传播信息的一种媒介传播策略(李萍, 张涛, 2012) ([5], p. 24)。由于多模态传播媒介具有模态表达的多元性、互补性、生动性和非线性链接等基本特征, 这一策略能有效提高传播的语用效率, 提升传播信息的影响力。这一策略的提出基于三个基本前提, 即多模态符号系统的日趋成熟、互联网应用技术的普及化以及互联网信息传播硬件条件的保障(王晓慧, 2023) ([6], p. 130)。

语词系统是多种信息传播符号中最基本的符号形态, 而其他模态的非语言符号在信息传播中也占有重要的地位, 如视觉模态、听觉模态、触觉模态、嗅觉模态和味觉模态等。从 1964 年到 2003 年, 以法国著名符号学家罗兰·巴特(2008) [7] 为代表的多位学者从不同角度研究了模态与媒介的关联性, 探讨了多模态符号与媒介之间的密切联系等现实问题。Matthiessen (2007) [8] 指出, 不同模态使用不同的表达媒介, 这些表达媒介可以充当不同表达方式的载体。这些研究表明多模态媒介传播策略可以对多模态话语分析起到补充和促进作用, 可以把话语分析产生的意义以更加生动、直观的方式传播出去, 优化对外传播效果, 提升国际话语权。基于多模态媒介传播这一理论框架, 生态文明文本的多模态翻译传播立足理论支撑, 理论研究和实证研究有机结合, 有助于推动国内生态文明思想进一步传播。

4. 生态文明文本多模态翻译传播中存在的问题

中国生态文明话语的翻译传播, 最初仅停留在纯文本翻译的浅层阅读状态, 后续衍生的字幕翻译, 网站翻译等多模态语料的传播, 则将单一文本阅读扩展至多模态联动态势, 将数字时代下的国内外普通读者导引至内容, 实现了更广泛的传播效果。然而, 学者们仍应注意到, 生态文明文本的多模态翻译传播在传播手段和传播内容等方面仍存在较多问题。对此进行深入研究, 探求未来多样化路径, 是突破当前翻译传播发展瓶颈, 提升中国对外文化影响力的重要举措。

1) 传播内容的问题

在深入学习贯彻习近平生态文明思想背景下, 生态文明建设已成为 21 世纪中国的国家战略和国家意志。然而, 中国的战略主体及战略过程都存在单一性问题, 这直接导致了内外发展之间的断层, 阻碍了生态文明翻译传播的正常发展。

生态文明翻译传播要发展, 原文内容首先就要能被共同体成员认同, 能够引起情感上的共鸣。当下, 各级政府对生态文明建设有一定认识, 大多针对生态问题制定了相应政策安排, 但民众对官方政策性文件较为陌生, 关心不足, 参与度较低。

同时,在现代数字化技术的迅猛发展下,数字文化产品呈现出从单向展示向多元化交互性方向发展的趋势。然而视频作为生态文明传播的重要载体,却往往缺少单独的分类细化模块,导致生态文明文本作为战略主体,大多数情况下只能依附于单一作品出现,如自然纪录片,环保主题宣传片。独立的生态文明内容体系一直处于缺位状态,这也导致了传播过程的分散性,单一性,使包括译者在内的大众读者将生态文明题材放在了相较于其他类型化题材较为次要的位置,在文化软实力层面削弱了生态文明翻译的传播影响力。

2) 传播手段的问题

一般而言,文化传播是通过多种多样的组合方式彰显自身文化,使客体接受自身文化的过程(曹胜强,2014) ([9], p. 96)。一般情况下,文化传播需要两种以上的形式相互配合,其中最主要包括知识传授形式以及移情方式。知识传授主要以讲授方法为主,目标在于让传播对象接收、记忆具体文化知识和内容。然而,现阶段的生态文明翻译传播手段较为滞后,传播活动以静态为主,动态传播方式较少。如实地调查、视频拍摄、活动宣传等形式,由于缺乏投资等原因难以实现。所以,生态文明翻译的传播手段在知识传授的层面缺少新颖度,导致创意化、多样化不足,传统形式的传播难有吸引力,在国内外传播力都较为有限,自然也大大削弱了中国生态文明话语的影响力。

3) 译文中的文化生态问题

移情方式作为上述文化传播中的另一种主要形式,原理不同于知识传授。移情方式强调实际环境和情景的创造,同时要求传播对象在亲历的过程中理解、建构文化知识,产生对主体文化的认同。一般来讲,移情方式更容易减少母语文化的干扰,超越“自我疆界”(都宁,2000) ([10], p. 136)。中国生态文明文本翻译将海外普通读者导向作品内容,满足了海外大众了解中国战略文化的期待。然而,翻译问题是中国生态文明话语海外传播的隐形屏障。一方面,多模态叙事的开发与商业转化,使传统的人工翻译发挥余地减小,难以支撑文化传播的巨量需求;另一方面,英译作品存在内容删改,叙事结构改动等问题,不能充分展现中国文化内涵,移情效果难以实现,也就使国内外的生态文明文化生态出现了断层现象,原作的文化战略与跨文化传播效力都受到影响。

5. 生态文明文本多模态翻译传播的影响力提升策略

在数字时代下的当今社会,中国生态文明话语的国内外传播是讲好中国生态文明故事的重要组成环节。以原文内容为起点,不断建设生态文明文本的多模态叙事要求多方协同共建,维护文化生态,注入新鲜血液,同时应注意原作、译者与读者之间的互动关系,对生态文明翻译进行整合,以期实现生态文明文本多模态叙事的健康发展。

1) 搭建生态文明多模态翻译的内容传播体系

网络数字时代,媒体技术日新月异,单一的翻译传播手段已经不能满足国家与人民的需要。要实现翻译目的,也离不开译后经由多方渠道的推广。基于互联网的网络信息平台 and 社交媒体已成为中国战略文化传播的重要载体,但也存在内容繁杂分散,难以筛选规范的问题。因此,搭建生态文明专题双语或多语种网站以及手机移动客户端,定期在网站内或者手机端投放多模态生态翻译作品(如图片、视频、音频等),可以对中国生态文明话语的总传播效能进行助推。利用互联网的海外传播优势,以及 AR 和 VR 技术,可以使远程沉浸式体验落地,让海外受众足不出户就眺望中国的山川湖海,和中国特色保护动物进行互动,使其身临其境地体会中国生态保护的成就和决心,在国际化传播中了解中国文化,领略中国内涵。

2) 重视译者与读者社群在传播端发挥的作用

翻译学和传播学都拥有相通的社会科学理论基础,二者之间的交叉也来源已久,在相互学习中不断

发展。而译者作为翻译和传播的双重主体, 必须在两种文化、两种语言之间找到协定点, 做好信息的阐释与传达。在翻译的传播过程中, 译者先作为原文读者进行信息的接收与内化, 再作为译文的创作者对信息进行加工。因此在公共空间内, 译者的责任对应的是对原文内涵的解释, 只有抓住这个解释空间, 才能对传播的意义及其对社会所产生的经济、人文价值形成更准确的评价和判断。

与此同时, 读者社群作为传统意义上的传播对象, 同样在社交媒体发达的今天承担着信息传播与接收的双重主体身份。鼓励受众利用自媒体快速、灵活的特点, 在网络平台对生态翻译作品进行多层次、多角度的二次创作(如点评、推荐、改编等), 也有利于增加生态文明话题的网络声量, 增加了传播过程的自发性、娱乐性, 有效助力讲述中国生态文化, 讲好中国生态故事。

6. 结语

生态文明建设是受全球关注的重要人类命运议题, 而中国生态战略也关乎国家文化软实力和大国形象。在传播过程中, 中国生态文明翻译应从传统文本输出转向注重多模态资源联动。建设独立的内容传播体系, 利用多模态资源生动、直观的优势, 调动起国内外读者的多感官参与, 与作品进行多维互动, 加深对中国生态战略与中国文化的理解。本文基于对生态文明多模态翻译传播的梳理和总结, 分析了数字时代下生态文明文本中多模态翻译传播的问题, 并有针对性地初步提出了传播影响力提升策略, 以期提升中华文化软实力和国际传播力, 使中国生态文明话语焕发历久弥新的价值。

基金项目

东北林业大学大学生国家级创新训练计划项目资助; 项目编号: 202310225286。

参考文献

- [1] Kress, L. (2001) *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold, London.
- [2] Gibbons, A. (2012) *Multimodality, Cognition, and Experimental Literature*. Routledge, New York.
<https://doi.org/10.4324/9780203803219>
- [3] 朱永生. 模态话语分析的理论基础与研究方法[J]. 外语学刊, 2007(5): 82-86.
- [4] 顾曰国. 多媒体、多模态学生剖析[J]. 外语电化教学, 2007(2): 3-12.
- [5] 李萍, 张涛. 创新美食文化传播思维实践多模态国际传播媒介策略——以成都美食文化国际传播为例[J]. 成都大学学报(社会科学版), 2012(5): 23-26.
- [6] 王晓慧. 黑龙江红色文化多模态翻译与传播研究[J]. 边疆经济与文化, 2023(11): 129-132.
- [7] 罗兰·巴特. 图像修辞学[J]. 方尔平, 译. 语言学研究, 2008(6).
- [8] Matthiessen, C. (2007) *The Multimodal Page: A Systemic Functional Exploration*. In: Royce, T. and Bowcher, W., Eds., *New Directions in the Analysis of Multimodal Discourse*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey and London.
- [9] 曹胜强. 基于历史与现实视域的中国对外传播力研究[J]. 中共中央党校学报, 2014(2): 96.
- [10] 都宁. 跨文化交际中的文化干扰与交际移情[J]. 北京联合大学学报, 2000(S2): 134-137.