

新修辞受众理论下翻译方法研究

——以《中华文化概览》英译为例

肖飞燕

湖南师范大学外国语学院, 湖南 长沙

收稿日期: 2024年11月14日; 录用日期: 2024年12月27日; 发布日期: 2025年1月7日

摘 要

修辞受众是新修辞学中的核心修辞要素。新修辞学受众理论侧重于受众意识, 从受众立场进行调整策略和手段以达到预期效果。本文以《中华文化概览》英译为为例, 从新修辞受众理论的视角探讨翻译方法, 旨在为中文文本翻译提供新的视角, 为其开辟新的路径和方法。

关键词

新修辞学, 受众理论, 翻译方法

A Study on Translation Methods under the New Rhetorical Audience Theory

—Taking the English Translation of *Understanding the “Dragon”: A Panorama of Chinese Culture* as an Example

Feiyan Xiao

Foreign Studies College of Hunan Normal University, Changsha Hunan

Received: Nov. 14th, 2024; accepted: Dec. 27th, 2024; published: Jan. 7th, 2025

Abstract

New Rhetoric Audience Theory is the core rhetorical element in New Rhetoric, which emphasizes audience awareness and adjusts strategies and means from the audience's standpoint in order to achieve the desired effect. Starting from the New Rhetorical Audience Theory, this paper explores the translation methods from the specific cases in the English translation of *Understanding the “Dragon”: A Panorama of Chinese Culture*. This study aims to provide a new perspective for the

translation of Chinese texts, with a view to offering new paths and methods.

Keywords

New Rhetoric, Audience Theory, Translation Methods

Copyright © 2025 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

翻译是中西方文化沟通的桥梁,在中文文本对外翻译中起到至关重要的作用。当今时代,中国的对外发展与宣传对高质量的翻译需求迫切,以实现对外高效沟通与交流的目标。新修辞学受众理论围绕受众意识,强调译者在翻译过程中从受众角度出发,在翻译中做到有效处理,从而得到良好的翻译效果。本文将《中华文化概览》(汉英双语) [1]为蓝本,从新修辞学受众理论出发,分析具体翻译案例,归纳并总结译者在受众意识下为达到预期效果采取的翻译方法,为中文文本翻译提供新的路径和手段。

2. 新修辞学受众理论

20 世纪 30 年代,亚里士多德修辞学理论等创新研究将语言学、语言哲学和心理学等研究成果纳入传统修辞学,西方传统修辞学从低谷走出。20 世纪 50~60 年代,新修辞学理论研究范式兴起。西方传统修辞学所研究的根本问题主要包括五个方面的内容:话语的功能、受众的本质、情境的本质、对所表达内容的评价标准以及寻找构成修辞学内容的方法。新修辞学在这方面进行继承与补充,在承接修辞学的“目的论型”思维方式的同时,将关注点从传统修辞学的修辞者转向新西方修辞学的修辞的语言哲学化、批评修辞学的确立以及由主体向受众的转变三个方面[2] [3]。新修辞学所要研究的是如何使符号使用者的感知和见解通过一定的符号系统和传达技巧表现出来而被符号接受者认同理解进而采取行动相应、相合[4]。英国修辞学家理查兹将语言哲学研究成果引入修辞学,认为修辞学是以掌握语言应用基本规律的哲学学科,而且是令话语及其目的适配的艺术。但他未能真正从促进人类主体间的互动交流着眼,而是试图从语言内部总结出一套有关语言应用的基本规律从而一劳永逸[5]。美国修辞学家肯尼斯·伯克受到现代西方哲学思潮的重大影响[6],开创新修辞学,提出认同理论,以及取得认同的三种方式,即“同情认同”(identification by sympathy)、“对立认同”(identification by antithesis)与“误同”(identification by inaccuracy)。伯克认为修辞是双向交际的过程,以语言的基本功能为基础,关键在于“认同”,修辞者需要具备受众意识,从受众的角度出发,其修辞内容才能得到受众的认同,话语交际才能取得成功。人们一开口说话,就进入了修辞领域,因为所有的语言使用都是旨在影响、说服他人,消除社会隔阂、促进合作,一切语言使用都是修辞性的[7]。新修辞学不再将修辞当作方法和工具,而将它当作无所不在的符号,一切人类的有意义的话语的形式都是修辞性的[8]。美国修辞学家劳埃德·比切尔认为论辩建立在听众对其认可接受的基础上,并且提出紧迫状态(exigence)、修辞受众(audience)以及限制因素(constraints)构成修辞情境[9]。修辞性话语是情境性的,依托情境发生,因势而动[10]。亚里士多德曾区分三种种类的修辞,而对应的三种受众,即评判过去的受众(法律修辞)、热议未来的受众(政治修辞)以及评说当下的受众(表现修辞)[11]。钱姆·佩雷尔曼丰富和发展了亚里士多德的受众理论,认为任何论辩都是为了获得或加强受众对某个论点的信服和认同[12];提出受众中心论,认为论辩以人为中心,其目的是使得受众认可并赞同

修辞者所叙述的观点,给出了具有重要意义的“普遍受众”概念,在很大程度上推动了修辞学研究的进展[13]。

在代表当代修辞理论发展的话语中,修辞是一种认知视角和认知活动,描写和呈现语言与现实世界的关联,关注如何有效运用以语言为主的象征手段影响人们思想、感情、态度和行为[14]。修辞的认识性得到强调,修辞存在于人类交往中,在人类交际与修辞的过程中人类通过修辞达到对某一问题的共识[15]。新修辞学主要研究论辩、语言力量、受众,认为受众是语言行为的基础,其不仅是修辞话语的接收方,还是在其影响过程中进行干预的主体。因此,必须从受众的角度考虑从而调整言辞,进而达到预期影响效果。同时,其理论框架也提出四种言语象征资源以说服受众,即说理论证、诉求策略、话语建构方式和美学手段[16]。

修辞受众能够受语篇影响且作为变化的介体从而导致修辞语篇能够产生效果并引发变化[17]。翻译在本质上是原文到译文的跨语言、跨文化、跨受众的修辞活动[18]。翻译修辞就是在目的语中运用修辞与原文建立起等值的修辞关系,以达到预期的最佳翻译效果[19]。而翻译的修辞具有修辞间性,翻译受众作为行为主体会站在自身角度评判信息,以此决定自己的态度与行为[20][21]。翻译的修辞特性需要得到关注,在翻译实践中译者要努力了解和研究受众所处的语言、文化、思维和修辞生态,采用能打动受众的合理性话语,达到译文的有效性[22]。因此,译者需要在翻译时充分预想受众对译文的解读、感受和反应,考虑各语境要素,做出切实的翻译选择,提高译文对受众的针对性和说服力,提高对外翻译传播质量[23]。

3. 受众意识下译者的翻译方法分析

中英文属于两种不同的语言体系,中英语文化体系以及其负载的价值观念存在巨大差异。翻译作为中西文化沟通的桥梁,在对外宣传中起到不可或缺的作用,也是跨语言以及文化的修辞活动。任何文化交流都不是无动于衷的本能反应而是人类在一定信念支配下的相互影响相互作用的自主能动活动,因而是包含着一定的动机和体现着一定的目的意向的修辞行为[24]。受众经由共识与认同情感凝结,在对外翻译活动中不仅是接受者和评价者,也是跨文化意义的再阐释与再生产者[25]。而作为从异己语言文化发掘出说服手段的修辞者,译者在从事翻译这种特殊的修辞实践时必定要考虑受众预期,需要具备文化自觉和受众意识,确保翻译内容能够被目标受众接受和理解[26][27]。以下从三个方面就《中华文化概览》英译中译者在受众为中心的意识下使用的翻译方法进行分析归纳。

(一) 删繁减冗,突出内容

汉、英民族在语言审美方式上存在巨大差异,汉语行文华丽,重主观抒发;英语用词简约,重逻辑理性,汉、英读者在各自语言环境的长期熏陶下养成不同的阅读心理和欣赏习惯,形成各自不同的喜闻乐见的语言形式[28]。在翻译中,过度的修饰语意味着过度修辞,过度修辞则可能会降低可信度。因此,译者在翻译该文本时充分考虑这点,对原文进行删减或者淡化处理,从而突出重点内容,增加译文的可信度,真实有效地呈现原文信息。

例 1: 它孕育了一座座璀璨的历史文化名城和古镇,留下了丰富的历史文化遗产,大运河与长城同是中华民族文化身份的象征。

译文: And like the Great Wall, the Grand Canal is a symbol of China and the Chinese nation, widely recognized for its role in helping drive the country's economy, social progress and cultural prosperity, as well as for having nourished the towns and cities along its banks.

分析: 这里删去了“璀璨的”、“历史文化”以及城镇之前的修饰语,因为前面已经具有文化遗产的信息,在内容上采用删减的手法,减少细节的堆砌,使得句子更加简洁有力,在译文中节制地提供修辞

性话语,以平实的词语传达原文信息,更加使受众信服。同时,还减去了“文化身份的”这个修饰语,因为信息中的大运河和长城是中华文化名片,不需要再添加这个赘述。通过删减原文中的一些细节,使信息更加集中和突出,符合英语读者的阅读习惯,既传达原文精髓,又适应目标语言的文化和表达习惯,有效地促进跨文化交流。

例2:二是私家园林,风格因园主的情趣而异,建筑一般是玲珑淡雅,将秀丽、雅致的风格表现得淋漓尽致……

译文: There are those elegant, exquisite-designed private gardens...

分析:原文中的形容词如“玲珑淡雅”、“表现得淋漓尽致”具有强烈的视觉冲击力和文化内涵,但在翻译中并未直接出现。这些描述可能被视为过于夸张或难以直接对应到英文中,因此采用淡化处理,重点放在对各类园林具体信息上,以保持文本的简洁性和易读性。

例3:……中国青铜器以礼器为主,在世界青铜文化中独树一帜。

译文: This difference has clearly indicated the diverse cultural orientation of European and Chinese bronze cultures.

分析:译文中删去了“在世界青铜文化中独树一帜”等自我夸赞意味过浓的评价,同时只保留对于中国青铜器的功能介绍,与世界其它国家对比得出的描述性词语同样删去,对于西方受众而言更容易接受和理解,避免引申出暗贬的意味造成误解。

例4:唐三彩的发现惊动了世界考古界,风靡一时,唐三彩被公私收藏机构竞相搜求,高价收购。

译文: This brought a storm to the world of archeology and started a Tang Sancai Glazed Pottery purchasing craze.

分析:后半段的“唐三彩被公私收藏机构竞相搜求,高价收购”被省略成“唐三彩购买热”,原文主要是传达唐三彩热的现象,所以在介绍中省去“公私收藏机构”等信息,避免繁冗信息转移注意力,突出原文内容,避免渲染过度,浅显地表达唐三彩的魅力和对人们的吸引力,更易激发受众的兴趣。

例5:……其高浮雕的巨龙、流云所构成的华美磅礴的气势,堪称建筑石刻的古今之冠。

译文: ...the huge dragons carved on the steps of the three great halls of the Imperial Palace are historically known as magnificent pieces of carved stone art due to their majestic beauty.

分析:“气势”、“古今之冠”等在译文中淡化处理,合并翻译为“magnificent pieces of carved stone art due to their majestic beauty”,减少冗余,增强了语句的流畅性和易读性,将“巨龙”这个在西方受众中普遍接受的中华文化的意象进行突出,通过淡化夸张性修饰性内容和强调主要信息,提高信息的传递效率,更能吸引西方受众主义,易于对外宣传,同时在逻辑上更显简洁通顺,避免译文过度繁杂。

(二) 补充信息, 阐述明晰

信息的补充与完善在翻译信息传递过程中符合受众预期。该文本中介绍了大量的中华文化,其中的词语典故与历史文化因素负载丰厚,对于原文本目的受众而言,很多信息为大众所熟知,因此隐含了很多文化基础相关知识,当翻译成英语时,译者从目的语受众角度出发,在译文中补充隐含信息,避免逻辑上的混乱与有效信息的缺失。同时,汉语是意合性语言,各语言成分间的关系常常没有用具体的词语连接,上下文中通常也会重复显露未表明的信息内容。

例6:在汉朝,人们制成了带有方位标记的地盘……这是指南针发展史上的一大飞跃。

译文: Then during the Han Dynasty (206 BC-AD 220), the Chinese made the plate carved ... an invention that greatly improved the function of the compass.

分析:译文在对汉朝的介绍内容上进行了知识性补充,采取修辞策略,让受众在接受信息时能够顺畅理解其中携带的文化信息;在对外宣传过程中,译者以受众为中心,预估受众期待,提供完整的信息

供受众在信息传达过程中得到预期效果。

例 7: 中国道家思想中讲求自然恬淡和修养身心的内容

译文: the Taoist thought of seeking freedom from wants and needs, and self-cultivation

分析: 原文中提到的“自然恬淡”、“修养身心”属于中国道家思想内容。如果仅按字面意思翻译, 则可能造成误译, 因此需要对其背后表达的深刻含义进行解析, 使得译文可读性增强, 更吸引西方受众对于译文传达出的中华文化的兴趣, 加深其对深刻的中华文化的理解。译文将这两个词语的文化内涵和哲学思想阐述清晰, 提高了信息的透明度和可读性, 符合新修辞受众理论中对受众导向的要求。

例 8: 宋代史学家司马光诗云: “若问古今兴废事, 请君只看洛阳城。”

译文: Admiring its various cultural and historical relics, Sima Guang, the famous literati of the Song Dynasty, wrote in a poem, “If you want to know about the great many vicissitudes of the state, Luoyang is the only place you need to come to see and experience.”

分析: 原文在介绍洛阳时引用司马光对于洛阳赞美的诗句。引经据典在中文文本中十分常见, 在翻译其中的诗歌、经典时需要考虑对文化的宣传以及西方受众对于其信息的接受度和理解程度, 因为诗歌、经典拥有丰富的文化内涵, 并且有时其背后涉及的历史背景和故事十分复杂。在翻译原文时, 译者首先补充信息 “Admiring its various cultural and historical relics”, 说明司马光在领略了洛阳城之后赋诗, 同时也是对 “古今兴废事” 的具体化, 这是对原文信息的明确化补充。译者始终以受众为中心, 从受众角度出发, 对原文中的诗句进行充分阐释, 给西方受众留下深刻印象。

(三) 转换结构, 增色添彩

因为在以内容为重点的文本中, 信息内容是最重要的, 译文读者需要以熟悉的语言形式将其呈现出来[29]。英语重形合, 句法结构严谨, 所以表意十分精确; 汉语重意合, 句法结构松散, 所以词在表达意思上担子更重些[30]。中英文的句式与语篇结构不同, 结构上同样需要考虑句子组成成分的转换等方面, 从而达到与原文相同的效果, 并且要考虑美学感受, 满足受众的美学修辞习惯, 引发阅读兴趣。

例 9: 宋代的雕版印刷业十分发达, 刻印的书, 字体工整, 装订精美。

译文: The development continued to the Song Dynasty as witnessed by books that were neat in script/type-face and superbly bound.

分析: 原文以“雕版印刷业”为主语, 译文将主语转换为“发达”, 将句子重点放在后续对刻印的书的描写。四字词语是汉语中普遍的语言现象。原文运用了四个四字词语, 译文在结构上将信息整合成一个长句, 建构了信息呈现的方式, 以西方受众熟知的语句结构, 更有利于西方受众接受; 同时在译文中使用了隐喻的修辞手法, 增添译文的色彩与趣味。

例 10: 我们熟悉的天安门和地安门分别是皇城的南门和北门, 皇城内部设有社稷坛、太庙、寺观、衙署等各类与皇家有关的建筑。

译文: The well-known Gate of Heavenly Peace and Gate of Earthly Peace were originally the official entrances to the Royal City from the south and north. Inside the Royal City were sacrificial altars to the gods of grains and the land, the Imperial Ancestral Temple, Buddhist temples and Taoist abbeys, government offices and other structures related to the royal household.

分析: 原文的长句在译文中被分割为两部分, 原句中的“我们熟悉的”实际上指的是中国人所熟悉的, 但是这并不一定为西方受众所熟悉, 因此在翻译时将其调整翻译为 “well-known”, 并且在后句译文中使用倒装将重心放在后面的长串的地点介绍中, 更有利于西方受众接受信息, 并且语言结构的呈现更显美感。

例 11: 一座厚重悠久的历史古城, 一个朝气蓬勃的国际都会, 传统与现代并存。

译文: As the center of the political, economic and cultural life of China, it sends out its charm as an age-old capital city and modern dynamics as an international metropolis.

分析: 原句是对北京的介绍与评价, 并且出现了汉语中常见的省去主语的语言现象。译文补充了主语, 但是承接了前文的主语信息, 同时进行逻辑重组, 将所有信息归纳调整, 使得同类信息集中, 在译文中将“文化古城”与“传统”、“朝气蓬勃”与“现代”两个信息整合, 提供简洁明了的话语建构, 方便西方受众更集中地接受信息。

例 12: 园中山青水绿, 景色宜人, 在中外园林史上享有盛誉。

译文: Picturesque scenery entitles itself to a high reputation in not only domestic but also world history of landscape architecture.

分析: 译文将原句转换结构, 原文“山青水绿, 景色宜人”简化成“picturesque scenery”, 保留原文的意境, 择其为主语, 与前句的后半部分中对于景色的概括信息进行承接, 句子逻辑信息更简洁, 避免和上一句主语相同而造成句子过长, 信息承载量过多, 而使受众阅读体验不佳。这种转换方式有效地传达了原文的内容和风格, 增强了译文的表达效果, 符合西方受众的句式习惯。

4. 结语

本文从新修辞受众理论出发, 简要阐述其发展及内涵, 并在该理论下分析归纳翻译中译者在以受众为中心的意识下采取的翻译方法及处理手段。译者只有从受众的立场出发, 通过删繁减冗、突出内容, 补充信息、阐述明晰, 转换结构、增色添彩等翻译方法, 才能做到完善四种言语象征资源以说服受众, 从说理论证、诉求策略、话语建构方式和美学手段四个方面完善语言信息的呈现。只有这样, 受众的诉求才能满足, 并且激发其情感认同, 如此翻译才能进一步增强, 得到外语受众的接受和传播。

参考文献

- [1] 郑铁生, 陈法春. 中华文化概览[M]. 天津: 天津教育出版社, 2010.
- [2] 顾曰国. 西方古典修辞学和西方新修辞学[J]. 外语教学与研究, 1990(2): 13-25, 80.
- [3] 冯志国. 当代西方新修辞学理论研究——格局与范式[J]. 当代外语研究, 2015(2): 24-28.
- [4] 鞠玉梅. 新修辞学的后现代主义特征[J]. 天津外国语学院学报, 2008, 15(4): 16-19.
- [5] 秦亚勋, 杨雯琴. 理查兹的修辞思想与钱锺书翻译观的衍变[J]. 中国翻译, 2017, 38(3): 31-36.
- [6] 邓志勇, 杨涛. 英语修辞学与现代西方哲学思潮[J]. 外语教学, 2001, 22(1): 68-73.
- [7] 廖文娟, 邓志勇. 理解“新修辞学”的钥匙——关于伯克修辞学体系中的辩证思想初探[J]. 外语教学, 2014, 35(5): 9-13.
- [8] 鞠玉梅, 肯尼斯·伯克. 新修辞学理论述评: 关于修辞的定义[J]. 四川外语学院学报, 2005, 1(21): 72-76.
- [9] Bitzer, L.F. (1968) The Rhetorical Situation. *Philosophy and Rhetoric*, 1, 1-14.
- [10] 袁卓喜. 对外新闻编译与译者的修辞意识[J]. 上海翻译, 2020(6): 23-28.
- [11] 克里斯托弗·廷德尔, 汪建峰. 修辞论辩与受众的本质——关于论辩中受众问题的理解[J]. 当代修辞学, 2018(1): 42-58.
- [12] Perelman, C. and Olbrechts-Tyteca, L. (1969) *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. University of North Dam Press.
- [13] 郑奕. 论佩雷尔曼的“普遍受众”观念: 一种新修辞的视角[J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2013(5): 59-64.
- [14] 陈小慰. 作为修辞话语的隐喻: 汉英差异与翻译[J]. 福州大学学报, 2014, 28(2): 85-89.
- [15] 田海龙. 新修辞学的落地与批评话语分析的兴起[J]. 当代修辞学, 2015(4): 32-40.
- [16] 陈小慰. 文化外译受众意识的样本分析——以《中国文化读本》英译为例[J]. 中国翻译, 2015, 36(4): 76-82.

-
- [17] 姚喜明, 王惠敏. Bitzer 的修辞情景观研究[J]. 西安外国语大学学报, 2009, 17(2): 29-33.
- [18] 陈小慰. 论翻译的“修辞语境”[J]. 中国翻译, 2022(4): 5-10.
- [19] 刘进军. 翻译修辞性探析[J]. 上海翻译, 2023(6): 12-16.
- [20] 傅敬民, 孙晓蓉. 翻译修辞系统及其功能[J]. 外语与外语教学, 2023(6): 116-124.
- [21] 陈小慰. 对外翻译传播: “修辞互动”原则与策略[J]. 中国翻译, 2023, 44(6): 124-132.
- [22] 陈小慰. 当代修辞学发展与翻译研究[J]. 天津外国语大学学报, 2018, 25(5): 143-145.
- [23] 陈小慰. 对外翻译传播: 修辞语境视角的案例分析[J]. 上海翻译, 2023(6): 23-28.
- [24] 李显杰. 从现代到后现代: 当代修辞学理论辨析[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版), 2004(3): 96-105.
- [25] 吴赞, 孙萌. 对外翻译中的受众概念与行为机制[J]. 上海交通大学学报(哲学社会科学版), 2023, 31(8): 61-72.
- [26] 刘亚猛. 修辞是翻译思想的观念母体[J]. 当代修辞学, 2014(3): 1-7.
- [27] 陈小慰. 对外宣传翻译中的文化自觉与受众意识[J]. 中国翻译, 2013, 34(2): 95-100.
- [28] 贾文波. 应用翻译功能论[M]. 北京: 中国对外翻译出版有限公司, 2012: 152.
- [29] Reiss, K. (2004) Translation Criticism—The Potentials & Limitations. Shanghai Foreign Language Education Press, 31.
- [30] 叶子南. 高级英汉翻译理论与实践[M]. 北京: 清华大学出版社, 2001: 25.