

# 概念转喻在翻译中的处理探究

## ——以China Daily新闻标题为例

柴双婷

广西大学外国语学院, 广西 南宁

收稿日期: 2025年2月17日; 录用日期: 2025年3月25日; 发布日期: 2025年4月7日

### 摘要

作为“新闻的眼睛”，新闻标题是新闻主体的高度浓缩形式。英语新闻标题中往往蕴含着丰富的隐喻和转喻现象。关于新闻标题的转喻研究，长期以来并不如隐喻深入。实际上，标题语言在很大程度上是一种转喻语言。从概念转喻的角度解读新闻标题的翻译为汉英翻译提供了一个新的研究视角。本文从China Daily双语版选取研究语料，对比在翻译的过程中原标题的转喻是如何在翻译的认知加工中呈现的。并得出结论：根据语境和文化差异的情况，可以选择保留转喻、转换转喻类型、舍去源语转喻等。

### 关键词

概念转喻, 转喻分类, 认知翻译, 认知模型

# A Case Study of the Treatment of Conceptual Metonymy in Translation

## —Taking News Headlines of China Daily as an Example

Shuangting Chai

School of Foreign Languages and Literatures, Guangxi University, Nanning Guangxi

Received: Feb. 17<sup>th</sup>, 2025; accepted: Mar. 25<sup>th</sup>, 2025; published: Apr. 7<sup>th</sup>, 2025

### Abstract

As the “eyes of the news”, news headlines are a highly condensed form of news content. English news headlines often contain rich phenomena of metaphor and metonymy. Research on metonymy in news headlines has long been less comprehensive compared to metaphor. In reality, headline language is largely a form of metonymic language. Analyzing the translation of news headlines from the perspective

**of conceptual metonymy offers a new research domain in Chinese-English translation studies. This paper selects research corpus from the bilingual edition of China Daily and compares how metonymy in the original headlines is represented in the cognitive processing of translation. The conclusion suggests that, depending on context and cultural differences, one can choose to retain the metonymy, alter the type of metonymy, and discard the source language metonymy.**

## Keywords

**Conceptual Metonymy, Metonymic Categorization, Cognitive Translation, Cognitive Model**

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

在信息高速发达的时代，读者可以通过阅读新闻的文章标题来判断决定是否进一步了解新闻的具体内容，其肩负着既要满足新闻的时效性，又要保证人们在有效时间内获取足够多的信息。因此，新闻的标题有着吸引读者兴趣，同时提炼与浓缩新闻内容的重要作用。新闻标题一般是表达新闻的主题思想，暗示标题作者的个人价值判断，如中立、批评、褒扬等。好的新闻标题可以帮助读者事半功倍，在短时间内理解新闻内容。关于新闻标题的研究也一直是学术界研究的热点所在。近年来，随着认知语言学理论的发展，不少学者从认知视角对新闻标题进行了研究。这些研究大多以隐喻为理论基础。关于新闻标题的转喻研究并不深入，从认知语言学的角度来看，标题语言在很大程度上是一种转喻语言。标题的转喻性指的是标题和语篇宏观结构在概念上有邻近性，例如在政治语篇标题中，用白宫转指美国政府，标题是对宏观结构在概念上的映现和突显[1]。新闻标题则因自身的概括性而大量使用转喻语言，除了转喻，概念整合理论也提供了一种可以较为清楚地释解其中具体的认知工作程序，即通过一种跨空间的映射整合过程。例如在新闻标题中采用现在时态将两个不同的空间进行概念整合。如何在翻译的过程中凸显转喻也引起了学者们的关注。基于 CL 建立起来的“认知翻译学”认为翻译研究的本质是一种认知活动，是一种深层次的认知运作机制，而非表面上的语言转换[2]。因此，转喻与翻译之间的关系是相辅相成的，转喻是翻译不可或缺的运作机制和手段。关于新闻标题的翻译标准，刘金龙[3]提出过以下几个需要注意的标准：一是在翻译过程中准确把握标题内涵，理解标题的制作技巧；二是翻译时要注意译文的趣味性、幽默性，尽可能吸引读者的兴趣；三是尽量做到照顾各个阶层各个年龄阶段的读者；四是必要时对一些修辞格作适当的变通以便读者理解。如何在新闻标题的翻译中做到对原文转喻的处理值得深入研究，本研究基于认知转喻理论和概念整合理论，以 2024 年 7 月 China Daily 中双语栏目板块的财讯新闻共 50 条英语新闻标题为语料，从认知视角辨识新闻标题的转喻现象，并分析在英译翻译过程中如何进行认知运作。

## 2. 概念转喻的翻译研究综述

认知语言学概念里的转喻不同于中国的传统修辞格，比较典型的几种认知转喻定义包括：转喻是处于相同认知域的两个概念实体之间的映射过程[4] (Lakoff & Turner, 1989: p. 103)。Croft 则认为，转喻是对认知域矩阵中某个认知域的突显[5]。Radden 和 Kövecses (1999: p. 35)在此基础上提出了转喻是一个认知过程，即某个概念实体(喻体)为处于同一认知域或者理想化认知模型内的另一概念实体(喻标)创造心理通道[6]。不同的定义从不同的角度揭示了转喻的含义，关于转喻的研究，学术界主要的关注点可以分为两

个研究方向，一是语言转喻的翻译和翻译过程中形成的跨语言转喻。在现有的关于转喻翻译的文献中，主要关注点在文学、政治话语、艺术创作方面，赵颖[7]以“翻译是一种转喻”的理论为研究视角，考察了吴经熊《道德经》翻译实践的特点，及其与时代的互动关系。单新荣[8]以唐代诗歌《清明》为例，探讨了译者基于转喻的创造性翻译方可实现源语意义在目的语中的再现。张志慧[9]对奥巴马演讲中出现的转喻如何在汉译中识解进行翻译分析，意在讨论如何在目标语中把其中的转喻适当地表达出来，从而让受众达到最大关联。王寅[10]对一批汉译电影片名的分析提出翻译过程是隐喻性纵向选择词语和转喻性横向组词成句的两者运作过程。

关于新闻标题的翻译研究可以从不同的理论视角进行分析，鄢佳和李德凤[11]从评价意义视角出发，对奥运新闻标题在编译过程中的评价意义进行了中英对比分析，探究了在编译过程中其评价意义的使用差异及翻译改写的原因。陈晓莉和文军[12]认为，新闻标题的翻译过程即是一个尽力让目标文化中的读者把翻译成果当作强势模因来欣赏的过程。卢超[13]通过选取中英代表媒体“一带一路”新闻标题，在具身语言认知和概念整合理论的理论视角下，具身对比分析新闻标题隐喻思维概念整合的认知凸显过程。根据以上的文献综述可以发现，关于新闻标题的转喻英译翻译研究还需要继续深化。探究在翻译这一行为中如何对源语文本进行解读，在理解的基础上形成概念和意义，然后通过建构认知信息，在目的语中将该认知信息用语言形式表征出来的认知过程。

### 3. 研究设计

《中国日报》是中国国家级英文日报，创刊于1981年，全球期均发行90余万份，其中海外期均发行60余万份。中国日报网于1995年创办，是中国最早的国家级英文网站，现已成为国家级综合性媒体网站和中国最具影响力的英文门户网站，日均页面访问量超过4700万次。作为国内有代表性的新闻媒体，本文以China Daily双语板块的双语财讯新闻栏目为语料选取最新50篇新闻标题内容兼具广泛性和代表性，分析在含有转喻的中文标题是如何通过翻译在目的语中寻找和挑选恰当的表现手段进行意义建构。

### 4. 概念转喻的英译研究

在概念转喻理论的视角下，本研究采用Radden和Koveceses(1999: pp. 24-43)的分类标准对转喻的类型进行具体的划分，将转喻分为两大类：整体与部分之间的转喻以及整体中不同部分之间的转喻。这种分类方法尽可能地扩展转喻的范围。通过对中国日报50篇新闻标题的分析，可以得出以下结论：在50篇中文新闻标题中，共计有32处转喻现象，其中整体与部分之间的转喻有18处，整体中不同部分的转喻有14处。其中在中文新闻标题中，出现频率最高的是事物与其部分之间的转喻，其次是范畴与其特征转喻、行为转喻，次之有标量转喻、因果转喻、容器转喻以及地点转喻。此外，由于标题样本数量有限的原因，事件转喻、缩减转喻、生产转喻、控制转喻以及符号与指称之间的转喻在样本语料中并未出现，因此没有在表格上列出对应转喻。

下文将针对中文新闻标题中存在转喻是如何在英译翻译中思考处理的进行具体分析，通过再次阅读新闻标题所在的具体语境，即对原文的分析，讨论其翻译策略的处理。

转喻类型	整体与部分之间的转喻					整体中不同部分之间的转喻					
	事物与部分	标量转喻	构成转喻	范畴与成员	范畴与特征	行为	感知	因果转喻	所属	容器	地点
数量	7	3	2	2	4	4	1	3	1	3	3

#### 4.1. 整体与部分之间的转喻

事物与部分之间的转喻指的是事物整体由部分组成，整体与各部分之间相互转指构成了部分 - 整体转喻。部分代表事物整体的转喻即传统修辞学所称的提喻，在语言中非常普遍。在新闻标题中采用这类转喻有如下：

(1) 国家发展改革委：将发布新版市场准入负面清单

译文：China to improve market access system: Top economic planner

(2) 世界银行和巴克莱银行上调中国增速预期

译文：World Bank, Barclays raise GDP forecast for nation

译文：Chinese SOEs maintain sound operation with growing revenue, profits

(3) 专家：中国绿色产品将让全球受益

译文：Experts: China's green goods beneficial for world

(4) 多家知名外企发声：投资中国是跨国企业的上佳之选

译文：Investing in China is a superior option for multinationals

##### 4.1.1. 事物与部分转喻

在例句(1)中，原文中用“负面清单”这个时政话语可以被中文读者理解，指的是对市场准入的限制性措施。负面清单通过列举禁止的行为，对市场主体起到示范和指引的作用。在英文的语境中，也存在类似的清单模式。译文的处理对负面清单的目的做出具体翻译阐释即“improve market access system”，没有保留原文的转喻。在例句(2)中，用银行转指银行的负责人，这是通过转喻目标于和喻体之间的临近性得以实现的，在银行这个理想化认知模型概念中，银行的负责人和银行本身这个目标实体产生了具有心理可及性的桥梁，在译文的处理中，译者保留了这种转喻方式“World Bank, Barclays raise...”。在例句(3)中，用“绿色产品”转指的是健康无污染的产品。在翻译中也体现了这一转喻。

##### 4.1.2. 标量转喻

标量是由标量单位组成的整体，标量作为整体可以代表标量上限，反之亦然。比较典型的例子是用“你多大啦”用上限代表整个标量。选取部分中文新闻标题的例子如下：在例句(5)中，“数量创最高纪录”，在译文中也把这种转喻表达出来，“hit record”，通过把标量这个概念整体转喻为标量的实际上限。在例句(6)中，“顶流”这一词属于汉语中的流行语，意为人气高涨，顶级流量这个汉语是用具体的标量，指的是人气较为火爆的人或事物这一整体代表。在英文的语境里，“see peak season”是行为转喻，通过这一行为转指博物馆旅游的人气火爆。

(5) 6月申请破产美企数量创近年来单月最高纪录

译文：US bankruptcies in June hit record high since 2020

(6) 一票难求！暑期博物馆游成“顶流”

译文：Museum trips see peak season during summer vacation

##### 4.1.3. 构成转喻

在概念中，物体是由材料构成的整体。因此，物体可以转指材料，材料也可代表物体整体。例如人们常说的“关窗户”，其实是用窗户这个物体整体指的是窗户的主要构成材料“玻璃”，但人们并不会说“关玻璃”，这是因为作为整体概念的窗户在认知中是比较显著和凸显的。在下文的例句中，“中欧班列”是一个构成的主要材料。在英文翻译的处理中，译文和原文并不是直译，而是进行了意译和一定的删

除。这一考虑主要是出于标题需要最大程度地展示主要信息。在英文中加上了“services”一词是用范畴的典型特征来代表整个范畴。这也体现了翻译转喻在处理中的灵活行，原文中的构成转喻在译文中选择了其他的转喻。

(7) 外交部：推进中欧班列高质量发展 更好保障全球供应链稳定

译文：China ready to promote China-Europe freight train services with countries along routes

#### 4.1.4. 范畴与范畴成员之间的转喻

范畴可作为整体代表范畴成员，如在英语影视剧中用 bottle 转指酒瓶。在中文语境中，我们用“活雷锋”、“华佗在世”表示褒奖意义，其实是转指“具有雷锋精神的人”、“像华佗医术一样高明的人”。在语料中，“经济延续……态势”，指的是经济的各个层面。在翻译中，“五月”这个限定词没有翻译，这是因为5月的经济状况作为我国经济这个大范畴的成员。翻译用整体的经济代表了原文的5月经济情况。在第二个例句中，能够“发送”游客的应该是开着铁路等交通工具的人，而不是“小长假”这义范畴。但是在具体语境中，在概念整合的作用下，假期和出行，以及交通工具存在转喻隐射的桥梁。这时候凸显的是作为参照点的铁路这一范畴。

(8) 5月我国经济延续回升向好态势

译文：China's economy maintains recovery momentum

(9) 铁路“五一”小长假预计发送旅客1.44亿人次

译文：China railway trips to reach 144 mln during May Day holiday

#### 4.1.5. 范畴和其特征之间的转喻

范畴与其特征之间的转喻指的是范畴的定义通常反映了主要特征，因此可以用整个范畴来指典型特征，也可以用主要特征来指代整个范畴。如在中国古诗词中用“桃花”代指女子。在下面的例子中，韧性是无法通过利润来“彰显”的，但是经济的韧性是在经济这个范畴里面形容经济状况的典型特征，暗示经济的稳定性和包容性。在经济学这个认知域中，被凸显的是经济的典型特征，因此可以用韧性来代表整体的经济状况这个范畴，在英文的翻译中，这种转喻无法被保留，但是通过地点转喻把游客人次看成是可以“reach”的目的。

(10) 工业企业利润回升彰显我国经济韧性

译文：Industrial profits show economic resilience

## 4.2. 整体中不同部分之间的转喻

整体中不同部分之间的转喻主要包括9小类，行为转喻指的是在行为这个理想化认知模式中，施事、受事、行动本身等不同的因素之间有转喻的关系。在下文的例子中，“外企瞄准”指的是“老年人消费群体的消费力”，而不是老年人群体本身。作为参照点的是消费者这一行为的发出者，通过消费和消费者这一转喻关系，为被描述的消费能力购买能力提供了心理可及性。在英文的翻译中，译者巧妙地继承了这一行为转喻，通过“eye”，通过眼睛这一行为的发出者，转喻眼睛看到以及观察到这一行为本身。同样在第二个实例，通过翻译，把经济复苏这一行为的结果用“vitalize”体现了行为的本身。

(11) 国内外乳企瞄准中老年消费群体

译文：Dairy producers in China eye senior customers

(12) 中国出境游助力欧洲旅游市场复苏

译文: Return of Chinese tourists helps vitalize Europe's tourism market economy

#### 4.2.1. 因果转喻

整体中不同部分之间的转喻还包括因果关系的转喻。比如用结果来代指造成该结果的人和事。如中国的成语“欣然命笔”，便是这一因果转喻思维方式的代表。“命笔”是原因，在成语的语境中指的是“命笔”的结果，即作了诗，或者画画。在下文中“出海”这一转喻指代瑞幸咖啡的国际扩张。在这一转喻的翻译中，译者选择了译出原文的内在含义，通过原标题的内涵理解，省去转喻。这也是一种处理转喻的方法。

(13) 瑞幸咖啡计划在年底大规模出海

译文: Report: Luckin Coffee planning massive overseas expansion

(14) 暑期消费拉动7月经济 扩内需政策加力显效

译文: Consumption giving forces to China's economic growth in July

#### 4.2.2. 容器转喻

容器转喻包含两种情况，一是指用容器的容纳物指代容器本身，二是用容器来指代容器里的内容。在第一个例子里，市场是“容器”可以蕴含着机遇，通过把机遇这一概念转喻成可以容纳机遇的容器。在翻译中市场是有能力可以“offer”，这是用施事来代指行为本事的转喻。“放在突出的位置”是通过空间的概念，提供了在容器里面突出的位置这一转喻。在翻译的处理中，“进军海外市场”难以在英文语境中获取相同的意义和效果，因为在中文语境“进军”是带有正面意义的动词，而在阅读英文的语境看来，“进军”意味着发动进攻和不稳定的因素。如果把这一转喻保留在英文的语境中，会给新闻标题带来不符合原文标题的态度，因此译者在翻译中用“embrace”，容纳一词，把求职市场看成可以容纳求职者的容器。

(15) 瑞士洛桑国际管理发展学院院长：中国市场仍蕴含“巨大机遇”

译文: China's domestic market still offers "massive opportunities"

(16) 国家发改委：把促消费放在更加突出的位置

译文: China to put consumption promotion at more prominent position

(17) 美企高管：对华加征关税阻碍美国绿色转型

译文: NextEra CEO says Biden's China tariffs will hinder green transition

(18) 2024 春季招聘季：更多海外学子进军国内求职市场

译文: Job mkt embraces students returning from overseas

## 5. 结论

本文以新闻标题中的中文源语和英文目标语为研究语料，在概念转喻和认知翻译学的理论指导下，分析了在新闻标题中存在的不同转喻现象及其具体分类，通过中英文的对比研究，探究在翻译的过程中不同的转喻现象是如何被处理的。得出的具体结论是：根据原文标题的不同语境，转喻在翻译的过程中，在文化差异较小的情况下可能会被保留，也可以通过不同的转喻类型进行呈现。在文化语境差异较大时，转喻可能会被舍去不译，以直译的方式保留原标题的内涵意义。本研究可能存在的问题是研究的样本不足，不能完全包含所有的转喻类型进行分析，二是新闻标题的选取范围主要以双语财经栏目为主，尚未考虑在文化、体育等多种领域的新闻标题翻译处理分析。关于在不同的语境下，具体的转喻处理方法有待进一步开展研究。

## 参考文献

- [1] 曹道根. 试论标题的转喻性[J]. 外语与外语教学, 2007(10): 9-11.
- [2] 王寅. 基于认知语言学的翻译过程新观[J]. 中国翻译, 2017, 38(6): 5-10+17+129.
- [3] 刘金龙. 英语新闻标题中的修辞格及其翻译[J]. 中国科技翻译, 2011, 24(2): 45-49.
- [4] Lakoff, G. and Turner, M. (1989). *More than Cool Reason: A Field Guide to Poetic Metaphor*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226470986.001.0001>
- [5] Croft, W. (1993) The Role of Domains in the Interpretation of Metaphors and Metonymies. *Cognitive Linguistics*, 4, 335-370. <https://doi.org/10.1515/cogl.1993.4.4.335>
- [6] Radden, G. and Kövecses, Z. (1999) Towards a Theory of Metonymy. In: Panther, K.-U. and Radden, G., Eds., *Metonymy in Language and Thought*, John Benjamins Publishing Company, 17-59. <https://doi.org/10.1075/hcp.4.03rad>
- [7] 赵颖, 吴经熊. 《道德经》译介的转喻视角分析[J]. 上海翻译, 2016(3): 56-61+94.
- [8] 单新荣. 概念转喻视域下的创造性翻译研究——以唐诗《清明》为例[J]. 外语与翻译, 2021, 28(3): 42-46.
- [9] 张志慧. 奥巴马获胜演讲中转喻的解读与翻译[J]. 中国科技翻译, 2009, 22(2): 52-55.
- [10] 王寅. 翻译的隐转喻学——以英语电影名汉译为例[J]. 上海翻译, 2019(3): 7-12.
- [11] 鄢佳, 李德凤. 评价意义在奥运新闻标题编译中的改写[J]. 中国科技翻译, 2013, 26(1): 52-55.
- [12] 陈晓莉, 文军. 英语新闻标题翻译中的模因现象[J]. 上海翻译, 2011(2): 51-55.
- [13] 卢超. 具身理解新闻标题隐喻的认知凸显构建——以中英媒体“一带一路”报道为例[J]. 北京科技大学学报(社会科学版), 2019, 35(2): 86-92.