

文化维度理论视角下山东外宣变译研究

李爱力

贵州财经大学外语学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月18日; 录用日期: 2025年4月26日; 发布日期: 2025年5月7日

摘要

在当前中国的国际传播格局中, 外宣作为重要构成部分, 对营造有利的国际舆论环境、塑造良好的国家形象意义非凡。外宣影响力的构建很大程度上取决于翻译策略的运用以及目标受众的接受程度。梳理知网相关研究文献可看出, 当下外宣研究多集中在旅游和城市文本, 政经类文本的研究相对薄弱, 缺乏具体翻译理论支撑, 对受众思维和文化认知的分析不足。鉴于此, 选取山东省2022~2024年的外宣新年贺词为语料, 基于霍氏文化维度理论, 从权力距离、个人主义与集体主义、不确定性规避三个维度归纳源语与译语在文化语境上的差异, 阐释源语文本的文化倾向以及译语受众的价值取向, 进而剖析外宣翻译中的变译现象, 以期为提升外宣翻译质量与传播效果提供有益思路。

关键词

外宣翻译, 霍夫斯泰德, 文化维度, 变译

A Study on the Translation Variation of International Publicity in Shandong from the Perspective of Cultural Dimension Theory

Aili Li

School of Foreign Languages, Guizhou University of Finance and Economics, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 10th, 2025; accepted: Apr. 26th, 2025; published: May 7th, 2025

Abstract

In the current landscape of international communication in China, publicity, as an important component, plays a significant role in creating a favorable international public opinion environment

and shaping a positive national image. The effectiveness of international publicity largely hinges on the application of translation strategies and the degree of acceptance by the target audience. A review of relevant research literature on CNKI reveals that the current studies on international publicity predominantly focuses on tourism and urban texts, with relatively weak research on political and economic texts. These studies often lack specific translation theories for support and insufficiently analyze the audience's mindset and cultural cognition. Given this, this paper selects the New Year's messages for international publicity in Shandong Province from 2022 to 2024 as the corpus, identifies the differences in cultural contexts between the source language and the target language from the dimensions of power distance, individualism and collectivism, and uncertainty avoidance based on the theory of Hofstede's cultural dimensions, explains the cultural tendency of the source text and the value orientation of the target audience, and further analyzes the phenomenon of translation variation in publicity translation. The aim is to provide insights for enhancing the quality of international publicity translation and its communication effectiveness.

Keywords

International Publicity Translation, Hofstede, Cultural Dimensions, Translation Variation

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

在全球化背景下，中国外宣翻译作为一种跨文化交流实践，以中文文本为语料，通过英语等国际通用语言进行精准转换，并利用全媒体传播渠道向海外受众及在华外籍人士传递信息。其核心意义在于搭建文化沟通的桥梁，通过语言的创造性转化，推动国际社会对中国的发展理念、文化传统及社会现状的深入理解和客观认识。外宣翻译的特殊性体现在于“外宣”二字。其中，“外”指的是外宣翻译活动的目的地，“宣”指的是外宣翻译活动的传播方式，因此，外宣翻译不仅仅是将一种语言译为另一种语言，还包含宣传的作用[1]。学者朱义华认为，外宣翻译中“外宣”一词的定性修饰与界定就决定了外宣翻译具有不同于一般翻译的特点，它肩负了一个信息共享与传播交流的社会功能，带有翻译和传播的双重特征。其质量优劣，对国家利益的维护以及国际话语权的搭建起着直接且关键的作用。外宣翻译一方面要如实地客观地展现国家的真实状况，另一方面还要塑造出积极正面的国家形象。因此外宣翻译需对文本进行适应性调整，在这一过程中，不仅要充分顾及目标受众的价值观与认知体系，更要积极探索能够提升传播效果的新型翻译模式。这对于增强国际传播能力而言，具有不可忽视的战略意义。

在改革开放持续推进的历程中，我国外宣翻译研究随着对外开放需求的日益增长而逐步深入。经过对知网数据的检索与梳理不难发现，外宣翻译相关论文的研究方向越来越多样：实践方面，研究主要聚焦于旅游推广、企业对外宣传、政务文本翻译等具体场景；理论层面，则重点围绕翻译策略指引、受众接受规律以及跨文化传播效果等问题展开探讨。当下，关于翻译实践经验的研讨，既有黄友义提出的“外宣三贴近”以及袁晓宁倡导的“以目的语为归依”等范式总结，也涌现出和生态翻译学、传播学等多维理论框架结合的交叉研究。

外宣文本的研究大多集中在旅游、企业上，政经类研究较少。近五年来，关于外宣翻译的变译理论研究文献仅 16 篇，政经类外宣变译研究更是寥寥无几。外宣翻译研究多关注话语功能，但缺乏具体的翻译策略支撑，且对目标受众的思维模式和文化背景的分析相对不足，如何找到源语与译语在传达上为目

标受众所理解接受的平衡点，寻求受众在已有认知上对宣传对象的情感认同，仍是需要探讨和解决的问题。鉴于不同受众对于翻译文本的主观感受和受文化价值取向影响，若能具象化分析受众的思维习惯和文化倾向，选择符合对应外宣文本特点的翻译策略，才能分众化解决原文与译文读者的文化矛盾，实现外宣功能。本文聚焦山东省省长周乃翔在 2022~2024 年间，于中国山东网及外宣杂志《走向世界》发布的新年贺词。文本内容偏向政经方向，结合政经文本的翻译特点，以新年贺词为例，本文依据霍夫斯泰德文化维度理论，剖析原文文化特质与目标受众价值观的差异，结合其认知习惯，探究翻译策略的选取，阐明跨文化适应机制，以保障译文传播效果。

2. 基于政经文本特点的变译翻译策略

政经类文本的一大特点是语言通常较正式，强调客观性和准确性。其翻译要求较高的忠实度、对政治意识形态的敏感性、措辞的准确性和一定的可读性[2]。政经文本翻译的准确性关乎国家的根本利益，若有不慎，译文可能被外国读者误读，轻则给国家和政府造成负面影响，重则损害国家利益，甚至引发冲突[3]。政经类文本翻译时遵循三个原则：语义准确、信息补足、冗余过滤。首先，对内容的翻译要求准确。第二，政经类文本中的专业术语较多，在翻译时应以目标受众为中心，添加相关的背景解释，适当对原文进行信息补充，减轻译文读者阅读时的理解困难。第三，政经文本英译应当通顺、简明、直接、合乎习惯，因此需要适当删减源语中无关紧要的词句，考虑到读者对重要信息的有效摄取，突出重点，对信息进行有效整合，保证传播效果。

基于此，变译理论因其灵活变通的特性，是应对政经文本翻译复杂性的理想选择。它不仅实现了源语核心信息的精准传递，还确保了译文与目标受众认知的有效契合。变译理论是黄忠廉教授在本世纪初提出的。“变译是译者采用增、减、编、述、缩、并、改、仿等变通手段摄取原语信息，以满足特定条件下特定读者的特殊需求”[4]。变译的最大特点是“变通”。依据目标受众的思维模式，对原文进行适当的修改，以便目标语言读者更容易理解，从而更好地实现跨文化交际。自变译理论提出后，针对该理论的相关研究主要分为三类：一是理论层面的丰富和完善，黄忠廉教授在去年发表的《翻译体认系统论》一文中，从体认视角阐释了变译在应对跨文化交流中体认需求的灵活性[5]。二是该理论的应用研究，从翻译实践角度而言，变译应用极为广泛，其灵活变通的特性有效增强了实际翻译成效。在信息化时代，人们对信息的需求量大，需要阅读简练的、有针对性的文字以节约时间，所以，从社会需求来看，变译也是一种高效的翻译策略[6]。三是变译理论在翻译教学实践中的应用和反思，从人才培养的角度，论述掌握变译翻译技巧对于提高译介传播能力的必要性[7]。

3. 信息传达背后的文化阐释

霍氏文化维度理论作为跨文化研究领域的权威理论，最早利用实证数据构建量表进行分析，率先建立起文化价值差异的量化分析范式。1980 年，荷兰社会心理学家霍夫斯泰德针对 IBM 的 11.7 万名员工展开调查，从海量数据中试图探寻解释大范围文化行为差异的成因。基于“价值观是文化的基石”这一观点，以实际数据为支撑，归纳出五类价值观维度，以衡量各个国家的文化差异和特征，分别是权力距离、不确定性规避、个人主义与集体主义、男性化与女性化，长期取向与短期取向。在 2010 的研究中，他又加入了第六个维度：放纵与约束。该理论是研究文化差异领域迄今应用最广泛的理论，亦是当前跨文化领域最具权威和影响力的理论[8]。

该理论采用文化调查问卷的调查方法，是当期主流的文化量化工具。霍夫斯泰德文化模型采用均值计算文化维度指数意味着该文化量化模型对国家整体层面仍具有适用意义[8]。基于其观测数据，中国在权力距离等前三个维度上呈现显著表征。需说明，本研究所涉政经文本的属性与男性/女性主义的关联性

不强，不具有解释效力；后面相继提出的长期取向与短期取向、纵容与约束因过于强调数据分析，缺乏在外宣语境下对中国文化价值的有效输出和表达，缺乏对不同社会原有文化的对照探究，结论不够客观，在这里也不做探讨。因此，基于适配性考量，本文选取其中的权力距离、个人主义与集体主义及不确定性规避三维度构成分析框架。

另外，费尔南德斯和另外三位美国教授在 1997 年发表了题为《25 年后再看(测)霍夫斯泰德国家分类理论》的文章，他们在该研究中使用多尔夫曼和豪威尔设计的问卷对霍氏最先提出的 4 个文化价值观维度进行了重新测定(因所测国家较少，且略去第 5 个维度)，他们试图验证霍氏文化价值理论是否具有可靠性，以及经过了 25 年的时间被测国家的价值观是否发生了变化[9]。下表 1 为中国在前三维度上霍氏研究数据和费氏研究数据的对比。

Table 1. Comparison table of Chinese data from the Hofstede and Fernandez studies on the first three dimensions
表 1. 中国在前三维度上霍氏与费氏研究数据对比表

中国	Hofstede		Fernandez	
	原始分数	标准化比数	原始分数	标准化比数
PD 权力距离	80	1.09	14.5	1.05
IVC 个人与集体	20	-1.03	10.38	-0.96
UA 不确定性规避	60	-0.64	14.46	0.31

注：本表数据出自霍氏当年估测的分数及费氏发表文章中数据。

由数据对比可以看出，在两项研究相距的 25 年间，中国在权力差距和个人主义与集体主义维度上没有发生太大的转变，即中国仍是一个权力距离高、集体主义倾向强的国家。可是中国在“回避不确定性”维度上却发生了逆向的转变，即从一个回避不确定性弱的国家，有了逐渐变强的趋势(仍低于西方国家)。也许是因为在这 25 年间，中国从计划经济向市场经济跨越式转变，经济得到了快速发展，在这样的环境下，人们的工作和生活压力增大，对未来的忧患意识也愈强，促使人们加倍地工作，以更好应对未来的风险。

4. 案例分析

研究语料取自山东省省长 2022~2024 年的新年贺词，选文总结山东省一年以来在政策落实、经济发展、环境改善等方面取得的成绩，目的是为了向全球推介山东省省情，提高国际知名度，进而使他国更加全面客观地了解中国国情。

4.1. 改译摘译缩短权力距离

权力距离维度，用以衡量社会成员对权力等级架构的接受程度，体现出不同文化在阶层分化态度上的差别。在高权力距离文化里，人们普遍认可并将权力与财富的层级差距内化，对等级差异具有较高包容度，下属对上级的依附性也较强；而在低权力距离文化中，等级观念相对弱化，更强调个体权益的平等，等级意识较为淡薄。高权距国家在对外宣传时，往往凭借政策话语，或地方主体参与全球治理的实践等方式，借助受众对权威的认可来增强传播的可信度。然而，当面向低权力距离文化背景下的受众时，这种传播策略易引发认知偏差，造成文化折扣，致使传播效果难尽人意。

例 1

SL: ...居全国首位, 座座港湾达四海, 条条大路通山东!

TL: ...ranking first in China. A well-established transport system has been put into place in Shandong.

例 2

SL: 我们用好改革创新的“关键一招”, 持续深化重点领域改革, 深入实施营商环境创新提升行动, 建设“无证明之省”。

TL: We leveraged reform and innovation, continued deepening reform in key areas, carried out the action of improving the business environment through innovation, and provided digitalized government services.

在权力距离的解释中, 权力可以理解为社会成员对层级权力的认同程度, 在高权距文化体系中, 形成自上而下的话语秩序。例 1 例 2 中的“达四海”、“条条大路通山东”、“关键一招”、“建设……之省”都体现了山东省在积极融入国家建设, 进而产生积极影响的雄心, 构建起层级权威与区域发展的正相关叙事, 其本质是依托层级权力下的社会共识, 引发中国受众的认知框架中对制度的共鸣。但对于较低权力距离的西方受众来说, 虽存在客观阶级差异, 但话语实践遵循“权力祛魅”, 强调通过实际治理而非层级宣示来实现权力的合法化, 西方受众对带有明显权威符号的文化表达较为排斥, 容易触发价值防御机制。因此, 可以在保留核心政治语义的前提下, 将制度优势转化为发展叙事, 如 well-established...put into places, leveraged, provide...services 等词表现实际行动。不直译“达四海”、“通山东”, 而是通过改译表明交通系统的发达和便捷; 不译出“关键一招”, 而是摘译用好改革创新这个办法, 突出重点, 表明以参与者的身份共同努力。其次, 跨文化传播中, 高权距社会的官方话语体系容易遭遇“水土不服”。对于权距较低的目标受众有可能不熟悉相关政策纲领, 对国家政策与社会认可度并非绝对呈现一致性, 反而会造成理解困难。因此, 外宣翻译需要做好“话语转换器”, 比如“无证明之省”, 西方受众可能不明白这其实是政府把盖章跑腿的繁琐流程变成高效的数字化服务。那么直接改译为 provided digitalized government services 表明提供数字化的政府服务更能让不同文化背景的受众直观感受, 易于理解。

4.2. 译述补充转视角显个体

“个人主义 - 集体主义”维度揭示了不同社会形态下个体与群体关系的价值取向差异。个人主义高度重视自我价值的实现, 主张个性独立, 力求将个人价值发挥到极致, 认为社会的发展依赖于个体成就的累积。相比之下, 中国表现出明显的集体主义特征。文中频繁使用“国家”“社会”等词汇, 体现了集体主义的文化范式。这种文化范式基于对社会关系的系统性理解, 通过构建“国家 - 社会 - 组织”的共同体话语体系, 形成具有约束力的价值共识, 从而培养出责任共担的集体认同感。然而, 这些词汇对于倾向于个人主义的西方受众来说, 缺乏群体本位的认知基础, 难以引起共鸣。因此, 在翻译中, 进行适当的译述, 转换叙述视角, 突出个体价值, 强调对个人利益的保障, 以实现价值理念的有效传递。

例 3

SL: 20 项重点民生实事扎实落实。

TL: Twenty key livelihood-improving initiatives were implemented.

例 4

SL: 财政用于民生支出占比保持在 80%左右。

TL: Around 80% of the government budget was spent on ensuring standards of living.

例 5

SL: 齐鲁情深, 海岱日新。

TL: The land of Shandong holds deep affection for its people, bursting with new vitality everyday.

例 6

SL: 蓝天、碧水、净土保卫战成效显著。

TL: Remarkable progress was made in the all-out fight to keep our skies blue, our waters clear, and our land pollution-free.

在个体主义社会中, 个体的价值的创造是集体强大的动力, 因此在例 3 例 4 中, 既需要补足对政府工程的背景知识, 也需集体话语转化为个体认知, 对“民生”的概念进行语用调整, 将收益主体具象化, 把政策目标与个体权益联系起来, 用 *livelihood-improving, ensuring standards of living* 表达出助民利民的深层含义, 使个体层面感知到政府之举的价值所在。其次, 集体主义社会的成员存在群体认知惯性, 如例 5 例 6, 即使不出现代表个体的词汇, 因为内化了群体叙事模式, 无需显性指称也能自动把自己带入到语境中。而个体主义社会的成员需要建立主客体关联, 倾向以个体的角度描写。因此, 在翻译时, 可以译出人称代词“we”, 来代替物称主语, 缩小受众心理距离, 使目标受众更直观感受到所指。

4.3. 增译具体客观传达丰富语境

不确定性规避维度反映了不同文化在面对不确定状态时的应对方式差异。高规避指数的国家更注重风险预判, 强调程序正义, 倾向于通过建立制度性防御机制来减少不确定性, 在创新领域也更注重稳定性; 而低规避指数的国家则表现出不同的认知逻辑。中国的不确定性规避指数较低, 尽管有上升趋势, 但与西方国家相比仍处于较低水平, 这可以从中国“穷则变, 变则通”的辩证思维以及“船到桥头自然直”的动态适应中窥见一二。其次, 在语言层面, 汉语作为典型的高语境文化载体, 其意象有着较高的语境, 模糊性表达可以形成语义的弹性空间, 渲染意境。但这对于高规避指数文化受众, 隐喻性表达转化缺乏可验证的客观陈述, 难以令人信服。因此, 在翻译中, 要尽量避免模糊性表达, 改为客观准确的特性描述, 结合语境补充必要信息。

例 7

SL: 全省大气环境质量持续改善, 地表水国控断面优良水体比例首次超过 80%。

TL: We continued to improve air quality, and the proportion of lakes and rivers graded Class I to III understate control exceeded 80% for the first time.

例 8

SL: 三个走在前。

TL: Taking the lead in serving and integrating into the new development paradigm, in strengthening the innovation capacity of the economy and society, and in advancing ecological protection and high-quality development in the Yellow River basin.

例 9

SL: 规上工业企业。

TL: large industrial companies.

Modified to: industrial enterprises of designated size (enterprises with a turnover exceeding RMB 20 million per annum).

在例 7 中, 原文给出“优良水体”的表达, 对于习惯该类描述的中文受众来说, 关联性高, 容易实现语境转化, 获得积极反馈。但对于西方受众来说, 这种模糊性表达容易产生困惑: 优良水体, 有多优良? 优良的程度是多少? 那么, 在翻译时, 最好准确客观地将水质等级译出。在例 8 中, 出现了需要相关背景知识的词语“三个走在前”, 对于西方受众来说, 理解难度较大, 不能直译, 而是要阐释出“三个走在前”是哪三个方面, 丰富语境, 增译出必要信息。例 9 给出的官方译文中, 把“规上”译为了“large”, 笔者认为并不准确, “规上”是一个经济术语, 指规模以上工业企业, 即年主营业务收入为 2000 万及以上的工业法人单位。因此, 笔者认为译为 *designated size (enterprises with a turnover exceeding RMB 20 million per annum)* 更好。上述三个例子, 在翻译时都在不同程度上对原文进行了增译和阐释, 以确保信息的准确性和受众接受度。

5. 结语

传播中国故事与文化, 需要探究受众文化倾向及价值取向; 提升中国国际话语权, 亦要考量并平衡源语译语背后的社会及文化价值观。文化的传播应当避免先入为主而陷入文化偏见中, 把自身置于自证的被动局面。霍氏文化维度理论虽不断发展, 但其理论基础仍植根于西方中心主义, 在解读中国文化价值观时, 难免出现偏差和局限。不过, 该理论在分析受众认知取向方面颇具指导意义, 能助力译者明晰文化价值倾向差异, 进而探寻恰当翻译策略, 实现跨文化交际目的, 这点值得认可。其次, 经过不断发展日渐成熟的变译理论也对于外宣文本的翻译提供了灵活科学的指导, 提高了外宣翻译的质量, 在西方读者还未对中国文化产生兴趣并仍以欧美文学为中心的情况下, 中国文化走出去也可多尝试变译的翻译策略。

综上所述, 将文化维度理论与变译翻译策略有机融合, 能更为细致且深入地探讨外宣翻译中的文化因素, 以及灵活解决不同文化语境的认知问题。使翻译内容在传递信息的同时, 巧妙契合目标受众的文化心理与认知习惯。这不仅拓展了中国故事在全球传播的视野, 让中国故事以更贴合不同文化语境的形式走向世界, 更能够增进外国受众对中国文化内涵的深入理解, 让中国文化真正跨越国界, 深入人心。

参考文献

- [1] 张健. 全球化语境下的外宣翻译“变通”策略刍议[J]. 外国语言文学, 2013, 30(1): 19-27+43+72.
- [2] 杨大亮, 赵祥云. 政治文本翻译探析[J]. 上海翻译, 2012(1): 39-41.
- [3] 杨丽娟, 翟义超. 论意识形态对政治文献翻译的操纵[J]. 中译外研究, 2014(1): 35-40.
- [4] 黄忠廉. 变译的七种变通手段[J]. 外语学刊, 2002(1): 93-96.
- [5] 黄忠廉, 孙福庆. 翻译体认系统论[J]. 中国翻译, 2024, 45(4): 15-22+191.
- [6] 方梦之, 王志娟. 变译论的理论贡献和实践意义[J]. 外语教学, 2020, 41(1): 82-86.
- [7] 张永中. 变译时空价值论及对翻译专业教学的启示[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2024, 21(3): 158-160.
- [8] 曾静娴, 王绍祥. 外宣片字幕变译的文化阐释[J]. 浙江理工大学学报(社会科学版), 2022, 48(6): 656-664.
- [9] 郭莲. 从跨文化视角看中美等国的价值观变化——霍夫斯泰德与费尔南德斯文化价值理论比较[J]. 马克思主义与现实, 2013(4): 163-168.