

新媒体视阈下中国抗疫故事翻译与传播

刘继宗 魏婷婷 王九冉

大连外国语学院

DOI:10.12238/jief.v4i5.5798

[摘要] 讲好抗疫下的中国故事不但能够传播中国文化和价值观,还有利于传播更响亮的中国声音,展现真实、立体、全面的中国、塑造最美中国形象。本文以讲好当代中国抗疫故事作为切入点,立足中国抗疫成果,展开翻译实践与传播;探索使用数字新媒体技术、多元合作的翻译传播创新模式,通过契合数字化时代的信息传播方式向世界讲述更生动的中国抗疫故事。

[关键词] 翻译传播; 新媒体; 抗疫故事; 中国形象

中图分类号: H159 **文献标识码:** A

Translation and Dissemination of Chinese Anti-epidemic Stories from the Perspective of New Media

Jizong Liu Tingting Wei Jiuran Wang

Dalian University of Foreign Languages

[Abstract] Telling the story of China's fight against epidemic well can not only spread Chinese culture and values, but also spread its stronger voice, show a true, dimensional, and comprehensive country, and shape the most beautiful image of China. This paper takes telling the story of contemporary China's fight against the epidemic as the starting point, based on the achievements of China's fight against the epidemic, and develops the translation practice and dissemination, explores the innovative mode of translation and dissemination by using digital new media technology and diversified cooperation, and tells a more vivid story of China's fight against the epidemic to the world through the information dissemination method that fits the digital era.

[Key words] translation communication; new media; anti-epidemic stories; image of China

1 研究背景

2021年5月31日, 中央政治局就加强我国国际传播能力建设进行第三十次集体学习, 国家领导人在主持学习时强调, 讲好中国故事, 传播好中国声音, 展现真实、立体、全面的中国, 是加强我国国际传播能力建设的重要任务。随着我国综合国力的显著提升, 中国正日益走向世界舞台中央, 在全球治理体系中发挥的作用日渐凸显。但当前中国尚未掌握足够的国际话语权, 无论是在政策外交领域, 还是在树立国际形象方面, 都遭受着许多偏见和误解。鉴于此种情形, 我国亟需在国际舞台上积极主动地发出具有影响力的声音, 向世界讲好中国故事, 传播好中国声音, 向世界展示一个欣欣向荣、蓬勃向上的社会主义中国。

自新冠肺炎疫情爆发以来, 中国的抗疫成就举世瞩目, 随之涌现出大批脍炙人口的抗疫故事, 丰富和深化了当代中国文化的内涵和底蕴。因此, 可以立足时代发展, 选取翻译抗疫故事这一全新视角, 从国内主流媒体宣传报道中广泛搜集并整理中国抗疫故事, 采取更新颖更生活化的语言进行翻译。运用翻译中虚实转换、正反转换、词性转换、句子结构转换、语义重心位置

转换和句子视点转换等技巧完成翻译; 借鉴传统翻译的传播模式与结构, 翻译采用超链接内容分层设计、非语言媒介辅助的新型翻译方式, 以及与之匹配的电子出版和网络推广模式, 通过与媒体结合扩大翻译传播范围。

2 中国抗疫故事外宣翻译的意义

展现真实、立体、全面的中国, 以事实为依据有力驳斥国外媒体对中国抗疫的不当言论, 消除国际社会的误解和偏见, 是中华民族的使命和责任; 用英文讲好中国抗疫故事, 传播中国文化和价值观, 向世界推介、说明中国的抗疫有效举措, 增强全球抗疫信心, 凝聚众志成城抗疫的强大正能量, 是翻译者的义务与责任。在本次用英文讲好中国抗疫故事的翻译实践中, 翻译组成员需要掌握中译英文本翻译能力、中国特色话语体系翻译技巧、字幕翻译技能等, 这能够为今后学习深造或职业发展道路打下基础; 通过实践来考察英语翻译专业学生对翻译理论、翻译常用方法、技巧的掌握能够提高其翻译技能以适应未来行业的需要。此外, 翻译中国故事, 能够促进大学生的英语学习, 帮助大学生清楚认识大学英语教学的目的与意义。与此同时, 翻译中国故

事能够增强大学生的文化认同感,不断培养其文化自信、民族自豪,为实现中华民族的伟大复兴注入强大精神动力。

目前我国外宣翻译已迈入新媒体时代,利用好媒体外交,审时度势调整外宣模式具有开创性意义。本次实践将传统的文本翻译、视频字幕翻译与新媒体结合,通过优势互补、扬优去劣,实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体宣传理念;采用海外受众喜闻乐见的方式、易于理解的语言、易于传播的平台,恰当地传播中国抗疫经验和精神,让海外受众“爱听爱看、产生共鸣”,以此来提升国家形象、提高国际影响力,从而赢得国际社会的尊重和认同。

3 建立“学用转化”翻译与新媒体模式

中国抗疫故事翻译属于外宣翻译的范畴。虽然外宣翻译属于传统翻译理论与实践的领域,但相对来说,作为翻译中的一个新型研究领域,有其自身的独特之处。通过译前培训,建立“学用转化”模式,实现翻译与新媒体的二元合一,既可以提高外宣翻译的质量,加快传播速度、扩大传播范围,又能够更好地发挥外宣翻译的传播与交流的作用。此模式具体实施如下:

3.1 精准把握翻译的内容和目的

本次翻译实践内容选自主流媒体报道的中国抗疫故事,目的是向世界推介中国抗击疫情成效和精神,通过翻译传播展现立体、真实的中国形象。故首先开展小组活动,督促翻译组成员广泛阅读有关中外疫情的报道和文献、观看抗疫影视作品和纪录片,对中国在此次新冠疫情中发挥的作用形成真实、客观、全面的认识和理解。

3.2 开展翻译技能学习、网络宣传培训工作

翻译技能培训方面,开展外宣材料独立自主和小组讨论相结合的学习模式,学习用书以《习近平谈治国理政》三卷、《汉英时文翻译》、《中式英语之鉴》为主;小组成员修读时政文本阅读与翻译、外事翻译、笔译工作坊、译后编辑与审校等课程,通过系统课程学习打磨翻译技巧;要求成员熟练使用中国特色话语对外翻译标准化术语库高级检索功能,提高翻译精准度和效率。网络宣传培训方面,组内成员学习并熟练掌握Aegisub、快剪辑、剪影等字幕添加和视频编辑软件,了解新浪微博、哔哩哔哩、知乎、快手、抖音、微信公众号等网络平台运营和投放模式。

3.3 翻译实践与宣传平台搭建

翻译实践分六部走,即资料收集、资料审核、初译、审校、终稿、字幕添加。任务时间安排为:资料收集时效为3天、审核为2天、初译为10天、审校为5天、字幕添加为5天,每次任务时长控制在1个月以内。文本素材来源广泛,包括人民日报、新华网、新浪微博头条、知乎等,视频集中来源于哔哩哔哩网站知识频道。成员本着针对性、可译性原则筛选素材,并向素材持有方申请使用权限,避免侵权。在开展翻译实践的同时搭建了网络宣传平台。首先,通过分析各大网络社交平台运营模式,结合成员对其适应性、操作性、熟练性,综合选定三个宣传平台,即微信公众号、新浪微博、知乎;其次,对成员进行任务分配与调整,

设立平台文稿撰写、设计、编辑、审校、推送、宣传、维护等工作内容。要求成员分工合作,各司其职,确保翻译实践工作稳步推进,宣传体系逐步搭建成形。

| 翻译实践工作 | | |
|--------|--|-----|
| 流程 | 内容 | 用时 |
| 材料收集 | 文本源自人民日报、新华网、新浪微博头条、知乎等;视频源自哔哩哔哩网站知识频道 | 3天 |
| 审核 | 素材具有针对性、可译性;申请使用权限,避免侵权 | 2天 |
| 初译 | 中英句段对照,文档提交 | 10天 |
| 审核 | 审查译文质量、格式、错别字及标点 | 5天 |
| 终稿 | | - |
| 字幕添加 | 视频与字幕精准对应 | 5天 |

图1 翻译实践流程

4 过程问题分析

(1) 翻译资料收集过程中,组员缺乏甄别和筛选的能力,多次出现资料不符合要求的现象,使得该环节效率较低。翻译实践过程中,虽然组员掌握了中国特色话语对外翻译标准化术语库高级检索功能,但是在中译英翻译过程中盲目照搬检索译文,欠缺个人思考,导致译文质量不过关。

(2) 平台搭建过程中,组内成员对名称和头像选择持不同的意见;在注册账户当中,名称因含有地域性词汇未经审核通过,故组内成员再次商讨确定名称;因微信公众平台发布流程复杂,推送内容易受敏感词限制,具体表现为翻译材料、过渡语、问候语等中出现政治敏感词,成员因辨别意识不强,未能做到回避。

宣传平台曝光

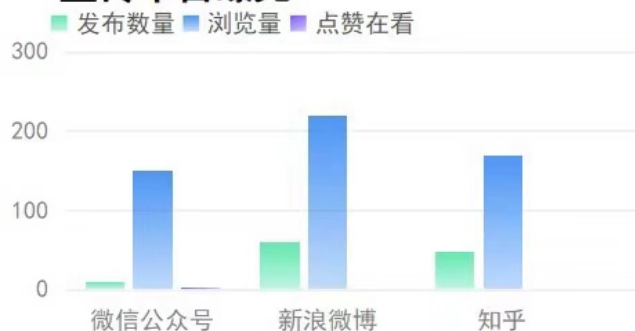


图2 平台数据

(3) 宣传平台的曝光率、浏览量过低。宣传推广工作做得不够到位,推广方式仅限于微信朋友圈转发,渠道单一,效率低下。据统计,微信公众平台平台先后发布10条推送(文本和字幕翻译各

5条), 新浪微博平台发布文本翻译总计60条, 知乎平台发布文本翻译总计48条。微信公众号推送每条平均浏览量为150、平均点赞在看量为3, 新浪微博每条推送平均浏览量为220, 知乎为170。

5 解决办法

(1) 继续开展翻译培训工作, 适度调整学习难度, 有重点地选择练习文本, 要求组员定期撰写翻译总结和反思, 在培养队员翻译能力的同时, 关注其心理状态, 增强其积极性和主动性。

(2) 完善平台搭建, 探索新功能新方向。从丰富微信公众号元素这一角度出发, 设立公众号自定义菜单栏, 便于粉丝查找、回顾推送内容; 为各专栏创建同名话题, 在话题中添加相同的主题内容, 方便粉丝分类、连续浏览; 开启公众号后台留言功能, 搭建起与粉丝沟通交流渠道, 拉近与粉丝之间的距离, 便于收集反馈, 及时优化运营模式。

(3) 进一步加大网络宣传力度。①新媒体运营方面: 向成熟的新媒体运营团队寻求帮助, 学习其运营理念、模式、引流手段、脚本撰写; 提升文案写作能力, 长期输出优质内容从而打造核心竞争力; 提高信息收集与分析能力, 跟着网络热点走从而获得最新力量; 要增强账户运营维护能力, 保持账户活力。②宣传形式与平台选择方面: 尝试在微博、小红书、抖音等客户端通过直播、短视频等方式推广; 研究不同平台的受众群体以及高流量传播时间段, 追踪长尾受众; 利用大数据传播中的“网红效应”, 尝试与这些具备影响力的人物合作, 讲述他们在中国疫情期间的切身故事, 增强真实性从而扩大宣传力度; 尝试同类型用户进行非商业化合作, 相互引荐, 以点带面、从线到片, 扩大圈层, 打破关注量瓶颈。③账户维护与引流方面: 要做好账户日常运营, 比如在手机端通过订阅号助手与粉丝进行互动, 以调侃、斗贫的方式扩大交涉内容, 吸引流量的同时防止流量流失; 关注更新频率, 保持个人的持续创作, 杜绝三天打鱼两天晒网; 确定账号发

布时间, 保证每次相同时间发布, 让喜欢粉丝形成阅读习惯; 带热度标签进行内容发布, 积极参与热文评论与互动。

6 结束语

本文介绍了外宣翻译的背景与现状, 指出了新媒体视阈下的中国抗疫故事翻译的意义, 提出了建立“学用转化”的翻译和传媒培训模式, 分析了翻译实践与传播过程中遇到的问题并提出对应解决办法。通过本次翻译实践与传播, 不仅增强了译者的文化自信, 还帮助中国文化更好地走出去, 发挥了翻译学习者的义务与责任。采取新媒体的传播模式于外宣翻译而言是一种新的尝试, 团队成员从最初对新模式进行探索, 到遇到问题吸取经验并能够解决经历了较长的过程, 本团队已不断吸取教训并总结, 希望对后续实践团队有参考借鉴价值。在我们共同努力下, 我们一定能挖掘出新媒体背景的下最佳翻译传播方式, 中国故事外宣也一定能达到我们所期望的效果。开拓翻译传播新领域、宣扬中国好故事、塑造中国最美形象、提高我国的国际地位与话语权是我们翻译学习者对所学专业的发扬, 是我们每一位翻译学习者的美好愿景。

[参考文献]

- [1]李媛媛. 跨文化背景下用英语讲好中国抗疫故事的实践研究[J]. 佳木斯职业学院学报, 2020, 36(12): 118-120.
- [2]黄桂红. 战疫案例的选择与运用——以责任教育为例[J]. 中学政治教学参考, 2020, (28): 63-64.
- [3]吴赞. 中国特色对外话语体系译介与传播研究: 概念、框架与实践[J]. 外语界, 2020, (06): 2-11.
- [4]魏向清, 杨平. 中国特色话语对外传播与术语翻译标准化[J]. 中国翻译, 2019, 40(01): 91-97.
- [5]胡安江. 中国特色对外话语体系的译介与传播研究[J]. 中国翻译, 2020, 41(02): 44-51+188.