

翻译文案多模态意义的视觉元话语分析

李志凌

(云南民族大学外国语学院,云南 昆明 650504)

摘要:从现实翻译工作的特点出发,基于元话语理论的分析视角,阐释了文案作品中视觉要素的表现形式和意义范畴。通过案例实证,分析了翻译文案的文体类型、作品性质、意义空间等方面的内涵,探讨了视觉元话语的特殊性,从复现原作文案的视觉模态、依照原作视觉语法进行意义表达、不过度使用视觉元话语进行意义阐发、以文案的原始创意为先导4个方面提出了视觉元话语的翻译原则与策略。

关键词:文案;多模态;意义;视觉元话语;翻译

中图分类号:H059

文献标志码:A

自霍姆斯于1972年倡导翻译学成为独立学科至今,人们都倾向于将翻译视为经验科学。经验科学的基本特点是以描述经验世界的特殊现象,建立具有解释和预测功能的普遍法则为主要目标^[1]。作为经验科学,翻译学的一切证据皆来自经验世界中的翻译问题^[2]。经验世界里一个又一个的“特殊问题”不断加深了人们对翻译本质的认识;在翻译的旧有问题(如翻译的性质和经典定义)上也获得了更多的体验,这说明翻译内涵具有复杂性、外延具有丰富性。翻译信息技术的介入及在实际生活中的广泛应用、翻译的职业化发展,使超文本形态的翻译产品大量涌现。以往对翻译的僵化认识已经成为了人们认清新时代语境下翻译本质和形态的障碍^[3]。在新问题的认识中,对翻译意义的探知尤为重要。人们一般认为,翻译的意义来自于文本,译文的意义必须以文本意义为依据,甚至认为“翻译的本质属性是语言符号的转换”,“翻译就是改写”的看法已经改变了翻译的本质属性^[4]。然而,从现实的翻

译经验来看,语言及文本本身并不是意义的全部,翻译意义的生成过程超越了单纯的语言符号转换。翻译实务是指在现实中的语言服务环境下,以职业化和市场化的运作方式推出的语言产品,并使之产生经济效益或社会效应的翻译服务活动。翻译实务下的任务内涵由文本创作变成了文案制作,意义载体突破了文字本体的音、形和结构符号,并入了声音、图像、材料、网络等介质之中。以微软在线百科全书的翻译为例,整个项目涉及33 000篇文章,1 000万个单词,11 000个媒体元素,7 600张照片或图片,2 000个声音文件,1 250张地图或图表,1 500个超链接以及3 500个参考文献的入口^[5]。可见,翻译实务早已超出了对文本文字的单一处理形式。

在所有特殊的意义空间里,视觉元素是一个经常被忽略的领域,它所触发的话语意义既是文本意义的补充,也可能是与读者沟通、实现意义直达受众的有效手段。视觉元话语作为元话语的一种类型,是人们全面认识翻译意义的一个切入点,也是使语篇更具

“读者体贴性”(considerate text)^[6]的重要表达手段。

一、多模态翻译需求下的文案处理

笔译的主要处理对象是文本,是由文字符号组成的一个语义连贯的语篇,译者很少关注文字本体意义以外的其他因素,如文字布局、文字大小、文字颜色、字体、印刷材质以及文字与其他声像符号呈现的关系等。翻译活动一般以词句篇章为处理对象,翻译内容主要关于词法和语义等语言要素,并将目的语文本的“忠实、通达、恰切”作为译文标准,倾向于把翻译看作是将文字和意义从一种语言转换到另外一种语言^[7]。然而,现实中的翻译项目往往不是一个单向的文本加工活动,而是一个打包式的生产过程,具有多模态性质(multi-modality)。

人类的交际活动和意识表征(representation)是由多种符号资源共同协作产生的一个意义集合体(significant ensemble)。交际话语的叙事特点是在多模态文本和交际事件中综合使用不同的交际资源,如语言、图像、声音和音乐^[8]。也就是说,语言及非语言的传播要素共同构成了交际事件中的信息资源。在人类的交际活动中,除了语言本身,还有大量的副语言成分充当着信息传递的作用。交际不只以一种感官方式来完成,如说话是听觉,书写是视觉,盲文是触觉等,而是在多种感官活动中同时进行^[9]。一般情况下,译者承接的翻译项目已经是半成品或成品(以作品是否已发布、出版或使用为准),如一个广告产品、一段影视、一张图纸、一本画册、一种出版物等,译者的任务是将其中的文字部分转换为另一种语言文字。而理想的翻译工作却不是以提交文字文本为终结的,译者还需要考虑所译文字在产品中的嵌入问题和匹配方式,根据空间、布局、结构、色彩、同其他信息符号的搭配关系、信息比重、感染效果等对文字进行编排重定,甚至还要同产品制作人员,如广告策划师、录音录像师、解说员、委托人、客户、产品

使用人等进行商议协作,并反复进行调整修改,以达到最佳的表现效果。因此,一名职业化译员不能仅仅满足于文字工作者的身份,所面对的不只是抽象的语汇符号,还有文字产品中的一些物理特性,翻译任务的对象是一个多模态信息集成下的产品实体。在职业翻译领域中,习惯把翻译对象称之为“文案”(document),而非“文本”(text)。“文案”与“文本”的区别不在于构成文字意义的基本内容,而在于文字产品是否以市场化运用效果为指导。“文案”附加的意义成分相较于“文本”更为丰富,可以形成具有公示、广告、传播等作用的实用效果。“文本”多为学术用语,侧重语言的分析与表达能力;“文案”则是实务语境下的常用语,是一种多模态的文本。可以看出,“文本”的意义通常是单一性的,较少兼顾其他副文意义;而“文案”的意义更加立体、有层次性。文字本身存在的整体空间都可能是文案意义的来源,因此,文案的处理对翻译活动产生了更高的要求。

翻译文案要求译者将翻译任务视作一个意义合成的过程,翻译对象就是一个多符号系统,在笔译过程中尤其应关注视觉符号的意义。必须将视觉以及一般意义上的多模态融合进来^[10]。法国文学理论家热奈特把围绕或组织文本的一切附加元素称之为“副文本”(paratext),如标题、序言、注释、笔名、尾声,以及文本封面、插图、页面布局和文字印刷等,认为它们“强化和伴随”着文本的表意作用,促进作品以图书的形式在世界中存在、接受和消费。支持者认为副文本可以控制或影响读者对文本的整体阅读,甚至具有建构特定民族形象的作用。科斯特尼克则把这些附加元素称为“超文本”(supratext),并认为这是翻译“全文案”(whole document)的重要组成部分,通过提供信息屏(screens)来帮助作者和读者进入到文案效果中。无论是副文本还是超文本,这些与视觉相关的意义符号就是视觉元话语的关注对象。

二、双语文案的多模态意义范畴

实用环境下双语产品的翻译不是单纯的

文本翻译,译者面对的是由多种符号资源构成且具备形态特征的多模态组合。因此,文案作品所包含的意义不仅来自文字本身,还包含产品中其他符号成分所传递出来的信息。就笔译而言,除了语言文字,最重要的意义来源就是视觉符号,声音、触觉、味觉等符号的意义次之。视觉符号在文本意义的生成过程中发挥着不可或缺的作用,两者之间是协同作用的关系。

由于文字符号是语言的物质外壳,它与同样具有物理形态特征的视觉符号有着相辅相成的关系,如文字表达的意义同它的形态、结构、笔划、字体、排版、颜色、材质等要素都有关联,并生成意义。这些意义既可能独立于文字本义之外,也可能是对文字意义的一种渲染、对比、暗示、夸张、强化、削弱、隐喻等,使文字信息更直观,阅读感染力更强,让读者产生引申式的语义联想。

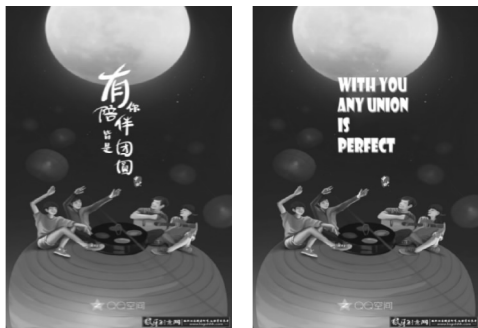
在不同类型的文体中,文字文本与视觉文本在所占比例、信息量比重、与读者的距离关系等方面有所不同。文学作品里文字文本是主要的意义来源,作者的创作意图、表达手段、传递信息等方面多依赖于文字文本,其次依靠视觉文本来丰富语义内涵,充分实现作者与读者的阅读期待。读者对文学作品的感知和理解多数是通过文字阅读来完成的,因此,文字文本与读者的互动最多,关系最为紧密。相比之下,绘本、漫画、广告等作品中,视觉符号大幅增加,文字文本所占比例较少,甚至可能成为信息阅读的辅助符号,作品表达的意义和手段主要依靠视觉文本来实现。例如,在漫画作品中,语言文字、线条(如行动趋向线与情感表征线)、气泡(表示对话或思维)、图像、色彩、明暗、窗格(如六格漫画)、布局、书签、贴纸等构成了特殊的意义空间,多重符号的表征相映成趣,形成彼此加强、互补或互斥的语义关系,极大地丰富了读者的阅读感受,读者对文案的阅读就变成了对图像的阅读与翻译。译者在处理这类文案时,必须抓住视觉符号的突出特点,在目标语境下的意义合成中应格外关注副文本或超文本

的“视觉翻译”(visual translating)。

文案作品中视觉符号产生的指示意义包括文字形态产生视觉印象、形态反差产生对比效果、色彩化的意义映射、书写方式的特殊寓意、排版结构的提示意义、图像标志的象征意义等6种,对此,译者需要进行相应的视觉解读和翻译操作。

1. 文字形态的视觉印象

应用场景(语境):中国传统节日中秋节所用,以家庭、亲情为主题的公示语(见图1)。



(a)源语文案的文字形态(圆体) (b)翻译文案的文字对应(圆体)

图1 文字形态的视觉翻译

特点解读:文案中的文字没有使用硬朗、正式的字体,如宋体、仿宋体、黑体等,而是使用了圆润、体胖且亲切的字体。

视觉意义:字体的圆润、饱满,体现了一种读者友好、亲和相融的视觉效果,对应了中秋节圆满、团结、自然、融合的联想意义。

翻译设计:在英文字体的设计上,选用了偏圆润的艺术字体,与中国节日讲究团圆的语境氛围相适应。这样,可以在文字意义以外,向读者传递出一种自然圆润的视觉结构效果,暗示了中秋节美好、团圆的文化意义。

2. 反差对比的视觉意义

应用场景(语境):公共场所使用的公益广告语(见图2)。

特点解读:通过字体大小的反差对比,凸显了关键词的主要意义,感叹号也突出了情感表征,表达了语篇作者对生活追求的失望,渲染出一种悲伤和消极情绪,同时,也加强了一种自嘲式的幽默感。

视觉意义:反差性的书写方式强化了主



(a)源语文案的视觉反差效果 (b)翻译文案的视觉反差对应当

图2 视觉反差效果的翻译

题意义,使读者对主旨意图一目了然,更好地渲染了作者所表达的失落、失望的情绪。

翻译设计:按照原有文案的文字设计,将突出的文字形态反差依样呈现于目标载体上,保留了原有的视觉效果。

3. 突出色彩的映射意义

应用场景(语境):公共场所使用的道德宣传标语(见图3)。



(a)色彩突出的源语文案一 (b)色彩对应的译语文案一

(c)色彩突出的源语文案二 (d)色彩对应的译语文案二

图3 色彩效果的视觉翻译

特点解读:色彩对比强烈,将核心字与主体文本颜色形成强烈对比,使读者印象深刻。此外,颜色也具有文化意义,在汉语里,红色代表着热烈、吉祥、意义突出的意义。对具有幸福、友爱、信仰等内涵的意义,多倾向于用红色符号来表示,同时也符合了读者的文化心理。

视觉意义:“爱”与“福”两个核心文字因红色字体与其他图文背景形成了鲜明的反差,强烈的视觉冲击唤起了人们对美好德行与礼节的追求。

翻译设计:英语版本的公示语保留了原有文案中的色彩特征,关键词“LOVE”以及 loves 和 loved 都采用红色字体表示,与汉语文化中倾向于用红色来表达热情、温暖、快乐、幸福等内涵的色彩符号特征相一致。

4. 文案书写的特殊寓意

应用场景(语境):小说《骗局》(Deception Point)里的两处视觉元话语(见图4)。



(a)源语文案的文字形态 (b)译语文案的文字对应形态

图4 文字书写方式的视觉翻译

特点解读:整部小说中保持着这样一种写作风格——斜体文字,除了一般的书作用外,还有两个功能:一是表达人物的心理活动;二是旁白式的评述。

视觉意义:以斜体文字形式出现的语句,使读者能够更好地融入人物心理活动中,以类似“第一人称”的视角进行主观想象,同时,读者可以通过旁白的“对话式”的话语特征,参与到对故事情节的理解和分析中。

翻译设计:译文保留了原作的叙事方式和印刷特点,在对应的语句上依然采用斜体,并将字体更换为不同于全文字体的楷体,突出了小说中表现人物心理活动的行文风格。

5. 排版布局的提示意义

应用场景(语境):私属公示语标牌(见图5)。



(a)源语文案排版效果 (b)译语文案排版效果

图5 文案版面效果的视觉翻译

特点解读:语篇文本以文字为主,但有明显的视觉元话语符号,如字母的大小写、排版布局、字体的大小等。从排版布局上看,最明显的特征是字体最大并居中的单词“NO”,迅速传递给读者这样一条信息:这是一个警

示标牌,请注意勿做的行为。

视觉意义:文字排版与字体大小将整个语篇信息逐次排列为4个等级:NO(警示)、PRIVATE PROPERTY(核心指示)、Soliciting, Loitering, Trespassing(警示内容)、VIOLATORS WILL BE PROSECUTED(警示后果)。

翻译设计:译文保留了原有的视觉排版设计,包括字体大小、位置、分割等特殊布局,旨在给读者传递层次化的信息内容。在信息阅读上呈现出主次分明的效果,保留了文字产品原有的功能。

6. 图像标志的象征意义

应用场景(语境):漫画(文本+图画)(见图6)。

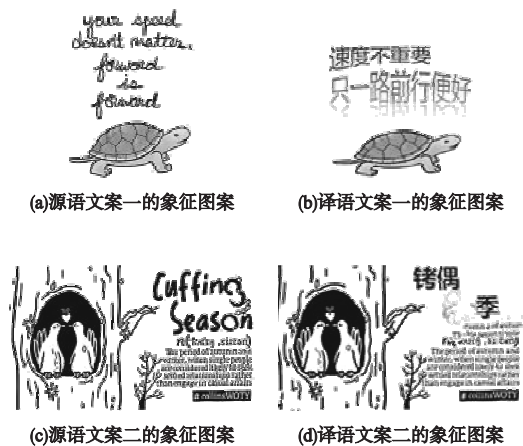


图6 图像象征意义的视觉翻译

特点解读:视觉符号在此类文体作品中占有重要位置。图像变客为主,成为与读者交流的主要信息符号,比文字文本更加直接,感染力更强。

视觉意义:图6(a)中的乌龟对于“速度”有象征意义。读者看到乌龟便会与速度联系起来,并迅速具化为“慢”的概念。此时,再对照文本表述,哲理意味得到强化——“尽管你的进步缓慢,但不要紧,只要进步一点点就是前进,这才重要。”

图6(c)中通过两只相爱的鸟(读解自心形的意义符号)、枯木、手铐、名词词类标志“n.”、音标等符号共同诠释了语篇的含义,并将其做了简单的名词化处理:“铐偶季——秋天萧瑟的季节里,单身人士更倾向

于寻找伴侣,获得稳定的配偶关系,不去纠缠于无聊的日常事务。”

翻译设计:翻译的目标文字在两个图片作品中处于相对次要的位置,因此,译文文字的位置、大小、字体风格应该与原图大体一致。

以上将视觉符号的指示意义进行了粗略分类,在视觉文本中,除文字语义以外,最突出的意义来源就是文字形态、图像和文字布局,通过视觉解读会产生额外的信息。因此,在文案翻译时,译者不仅要关注文字文本的意思,还需要关注文字形态、图像、文字布局等视觉信息,这些视觉信息构成了文案意义系统内特殊的信息机制,即视觉元话语的意义空间。

三、视觉元话语的特殊性

通过对翻译文案的特点及多模态整合性的解读,可以发现,视觉符号对于译作生成完整意义具有重要作用。这就要求译者在文案的二度创作(翻译)时,应了解视觉符号的话语特性和应用方式,充分保留并再现于翻译作品中。

在阅读文案作品之前首先看到的是视觉信息,这种初始状态下的相遇会激发一种审美反应,而这种反应将可能立刻产生实际的效应。文案的视觉符号具有特殊的话语价值,是有序设计或潜在编排的非词汇元话语(potential nonverbal metadiscourse signals),即视觉元话语(visual metadiscourse),同词语元话语、标点元话语共同组成了书面语中元话语的3大类别。视觉元话语展示了作品中各个成分同整体的空间关系(proxemics),包括方位(orientation)、触觉(touch)、物理距离(physical distance)等,这也是读者感知书面作品的几个主要路径。视觉元话语的功能在于引导读者组织、分类、解释、评价、反映文案传达的丰富信息,也体现了作者在篇章创作时,运用的修辞、组织语篇内容、展示结构等一系列方法。此外,视觉元话语还为作者兼顾读者的期待视野进行更为贴近的文案创作

提供了重要的设计参考(design criteria)。视觉元话语既是作者的一种重要创作方式,是完成主题表现的一种辅助甚至是主要手段,也是实现作品与读者间交流的重要解读手段,蕴含着大量的有用信息和语篇意义。

翻译是把一种语言的话语在保持其内容和意义不变的情况下(即等值)转变成另一种语言话语的过程。在文案翻译过程中,译者有两个角色:首先是原作的读者,其次是译文的作者。因此,对于译者而言,视觉元话语将起着双重作用,一方面,帮助译者从原作中挖掘出重要意义,丰富对原作的理解,了解原创的风格;另一方面,成为译者构思译文结构、组织语篇意义、形成表现手法的重要手段。同时,在译作中恰当地运用视觉元话语,能更好地构建作品与读者间的互动关系,为读者提供信息元素,有效缩短作品的符号系统和读者认知之间的信息通道。

四、视觉元话语的翻译原则与策略

显然,书面语里的视觉元话语是一种客观存在,有着物质化的存在形态,更是文案翻译中不可忽视的意义来源。在视觉符号翻译的问题上,有多种处理方法,如近义词对比法、空间节译法、音节美化法、排版陈列法、色彩相异法、字体突出法等。由于篇幅有限,暂不对此作具体讨论。但是,无论采用什么样的方法,对视觉元话语的解读必须细致、全面,保证文案意义的完整表述,因此,译者需要遵循以下基本原则和操作策略,以形成更好的翻译指导思想。

1. 复现原作文案的视觉模态

鉴于翻译文案的多模态性,原作的图文关系具有特殊的搭配意义和组合效果,译者在翻译原文时不可忽略这一点,应从视觉感官入手,结合符号的表意作用,充分地加以再现和复制,重现作品效果。这体现了对原作者和读者的尊重,使文案的信息类别和传输渠道在译文中得以完整保留,让读者透过文字文本和视觉元话语,享有充分的原作“知情权”。

2. 依照原作视觉语法进行意义表达

参照韩礼德的3大语言功能,在视觉符号的叙事性再现中,也有3种意义与之对应,即再现意义对应概念功能、互动意义对应人际功能、构图意义对应语篇功能。因此,视觉符号是一种再现世界的方式,体现了人、物、事件之间的关系。任何人为的符号都涉及两类参与者,即互动参与者和表征参与者。前者参与交际行为,在谈论与倾听、书写与阅读、制作与观看等行为中发挥意义表达作用;后者是完成主题的实际参与者,包括被表征的人、物、事以及创作和叙事者。文案作品就是由视觉符号对客观世界的再现、与信息参与者沟通、展示语篇结构特征的整合成果,同语言文字之间产生了特定的组合方式,这种视觉语法正是原作的特殊性和价值所在,译者在翻译时必须高度重视,从而完成新语境下的相应转换。

3. 不过度使用视觉元话语进行意义阐发

翻译是利用异语符号在目的语境下进行的意义重构活动,译者难免会对意义做出主观解读,用另一种语言进行表达,完成二次叙事。译者为了达到表意的目的,运用目标语的符号特点及其他辅助的视觉解读手段,对原作的表达意旨进行阐释,这是由翻译活动的行为属性所决定的。但是,对于实用语境下的文案作品来说,原作的话语内容和话语方式同作品中的原有意义构成了较为稳定和成熟的结构方式,译者不能轻易打破,任意增加和删减表达手段都有可能损害文案作品原有的品质。需要注意的是,译者使用不必要的视觉元话语来以图传意的做法看似积极,但会对读者造成误导或令文案作品的原意窄化,压缩了语义留白的空间,使读者无法凭借个人经验和认知习惯对作品做出合理的价值判断。

4. 以文案的原始创意为先导

对于一个成熟或接近于完成的翻译文案而言,原作是作者精心打磨的成果,也可能是创作团队的智慧结晶,无论是内容还是形式都会留下主创者的痕迹。因此,译者在翻译

时应将作者的创意成分保留,确保译作同原作的信息模态相融合。原作的特殊排版、字体运用、词汇形态、图像设计等均可能是特殊的元话语符号。这些元话语符号就如同原作的“隐性要义”,同已正式注册或商品化的“显性要义”相比,更能体现出作者的创作意图和表现方式。译者对原始创意的充分尊重,不是盲目和不加条件的,而是将其作为加工译作文字文本的一个重要指向,使其成为视觉元话语叙事方式的引导因素。

五、结 语

实务环境下的翻译活动有其特有的翻译对象和操作方式。传统的翻译(笔译)标准、策略和方法多囿于从语言文字文本的角度出发,使翻译的关注点局限在语言符号的处理上。而当用文案概念来理解翻译对象时,就能以更开阔的视野来审视作品的意义结构和内涵。通过对视觉元话语的研究,更加明确了视觉信息源的种类,对文案翻译中的信息挖掘与再现方式有了更多元的视角。

参考文献:

[1] HOLMES J. Translated papers on literary translation and translation studies[M]. Beijing:

Foreign Language Teaching and Research Press, 2007.

- [2] 黄忠廉. 基于翻译本质的理论翻译学构建[J]. 中国翻译, 2017(4): 5-10.
- [3] 蓝红军. 翻译本质的追寻与发现: “何为翻译?: 翻译的重新定位与定义” 高层论坛综述[J]. 东方翻译, 2015(2): 92-95.
- [4] 胡苑华, 龙江华. 谈翻译概念的混淆[J]. 乐山师范学院学报, 2015(5): 61-65.
- [5] BAKER M, SALDANHA G. Routledge encyclopedia of translation studies; second edition[M]. Abingdon, Oxford & New York: Routledge, 2009.
- [6] KANTOR R N, ANDERSON T H, ARMBRUSTER B B. How inconsiderate are children's textbooks[J]. Journal of curriculum studies, 1983(15): 61-72.
- [7] TAYLOR C. Multimodality and audiovisual translation [C]. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2013.
- [8] LEEUWEN V. Multimodality [C]. London & New York: Routledge, 2011.
- [9] 张德禄. 多模态话语分析综合理论框架探索[J]. 中国外语, 2009(1): 24-30.
- [10] MUNDAY J. Advertising: some challenges to translation theory[J]. The translator, 2004(2): 199-219.

Visual Meta – Discourse Analysis of the Multi – Modal Meaning in Document Translation

LI Zhiling

(School of Foreign Languages, Yunnan Minzu University, Kunming 650504, China)

Abstract: From translating characteristics in practical work, this article tends to elaborate from the perspective of expression forms and diversified meanings of visual elements in documents to be translated. Through empirical studies, it analyzes connotations of the style, the nature of the work, the meaning space and other aspects of a translation document. Based on four major issues, namely, representing visual models of source document, expressing meanings according to the visual grammar of source document, semantic explanation without overuse of visual meta-discourse, and respecting the source document's creativeness, a further discussion is made on the translating principles and strategies.

Key words: document; multi – modal; meaning; visual meta – discourse; translation

(责任编辑:何旷怡 英文审校:林 昊)