

传播学视角下地方数字博物馆展品英语译介研究 ——以张大千展品为例

张 晓¹, 周 楠²

(1. 重庆文理学院 外国语学院/翻译研究所, 重庆 402160;

2. 重庆师范大学 外国语学院, 重庆 401331)

摘要: 博物馆的对外传播是服务“中国文化走出去”的重要力量, 数字博物馆因其独有的便捷度成为传统博物馆的有益补充。“张大千”是当代中国书画界颇具代表性的文化名片, 其展品英译现状能客观地反映出我国地方博物馆相关内容整体情况。以数字博物馆张大千展品译介文本为研究对象, 从传播学角度讨论展品译介应遵循的原则, 指出了其目前存在译介内容不当、媒介优势发挥不足两大问题, 并提出相应解决措施, 以期促进数字博物馆对中国文化对外传播的积极作用。

关键词: 传播学; 博物馆; 张大千; 英语译介

中图分类号: H 315.9

文献标志码: A

文章编号: 1009-895X(2018)02-0105-08

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.2018.02.002

On Translation and Communication of the Exhibits in Online Local Museums —Zhang Daqian's Paintings as a Case Study

Zhang Xiao¹, Zhou Nan²

(1. School of Foreign Languages/Institute of Translation Studies, Chongqing University of
Arts and Sciences, Chongqing 402160, China;

2. School of Foreign Languages, Chongqing Normal University, Chongqing 401331, China)

Abstract: The international communication of museums is an important way of to realize the dream of “Chinese Culture Going Out”. At present, online museum has become a beneficial supplement to the traditional museum. Since “Zhang Daqian” is viewed as a well-known cultural card for Chinese paintings, so the translation and communication of Zhang Daqian's exhibited paintings is a reflection of local museum exhibits translation. The paper firstly discusses the basic principles that the translation and communication of museum exhibits should abide by from the perspective of communication studies. It then points out the two weaknesses of the current translation the inappropriate contents to be translated and communicated, and the insufficient use of the mediums. It lastly puts forward corresponding measures based on the translation of Zhang Daqian's paintings in the online museums.

收稿日期: 2017-07-11

基金项目: 重庆市教育委员会人文社会科学研究规划项目一般项目“传播学视角下的外宣翻译传播效果研究”(17SKG175); 重庆文理学院 2015 年校级科研项目“传播学视阈下的人文旅游景观翻译研究”(Y2015WG51); 重庆师范大学 2015 年度校级科研项目“传播学视域下旅游文宣的英译研究”(2015wy006)

作者简介: 张 晓 (1981-), 女, 讲师。研究方向: 翻译、外语教学。E-mail: 13642716@qq.com

This research may promote the positive effect of online museums in the international communication of Chinese culture.

Keywords: *communication studies; museum; Zhang Daqian; English translation and communication*

2015年“两会”的文化工作目标定为“拓展中外人文交流,加强国际传播能力建设”,明确了中国对外文化传播的地位。博物馆作为以文化为标识的新型旅游资源,浓缩高效地体现了中国的文化风貌。博物馆的发展利用程度甚至已被视为一个地区甚至国家文明发展程度的重要标志^[1]。数字博物馆的建设是博物馆传统传播形式的有益补充,提供直接便捷的信息渠道。书画作品等艺术品陈列是博物馆常见传播内容,蕴含丰富文化,其对外传播,翻译是不可或缺的桥梁。“张大千”是当代中国书画界颇具世界影响力的文化名片,具有一定代表性,能客观地反映出我国地方博物馆展品英语译介现状。本文结合传播学理论,以地方数字博物馆张大千展品英语译介文本为研究对象进行分析,以期促进数字博物馆展品文化对外传播纵深发展。

一、传播学视角下博物馆展品译介的基本原则

博物馆的旅游功能日益突出,逐渐成为展示城市独特历史文化、提升城市文化旅游吸引力的重要载体^[2]。博物馆是中国传统艺术作品主要陈列途径之一,也是受众(尤其是异质文化背景受众)的传统心理期待中的“可靠”信源。博物馆展品无疑是“服务国家文化走出去,讲好中国故事”的直接途径之一。传播学研究范围包括人类信息传播的内容、方式、方法,传播的社会作用,传播的效果,传播的控制,传播者与受众各自的特点及其相互之间的关系等^[3]。而翻译概括来讲就是一种跨文化的信息交流与交换活动,可以看成是传播学的一个特殊领域^[4]。“文化走出去”,也就是实现文化的有效对外传播,需要通过翻译最大程度地实现信息的有效传递,这一过程受多因素动态制约。博物馆展品的对外传播,为了高质有效地实现其“文化”输出功能,需要多方面综合把关其译介文本,需要遵循以下原则:即功能导向原则、受众导向原则及动态系统性把控原则。

(一) 功能导向原则

大众传播的正功能之一即教育大众和传播文化。大众传播媒介通过传播文化知识、科学技术,不仅保存和发展了文化遗产,也促进了社会成员社会化的逐渐完善。媒介发挥传承文化的功能,使个人在开始正规的学校教育之前以及学校教育结束之后,都能通过持续的社会化过程而融入社会之中^[5]。国际博物馆协会对博物馆的功能定位是“为社会及其发展服务的、向公众开放的非营利性常设机构”。博物馆作为一种大众传播机构,具有显而易见的文化传播、遗产传承及教育功能。它既是一种非正式教育机构,同时也是以空间形态为特征的视觉文化传播机构^[6]。传播媒介追求的不仅是经济利益,社会效益也是其重要目标。传播媒介的文化遗产和传播功能是其具备的重要功能之一,博物馆是文化遗产与传播的重要传播媒介,文化功能与教育功能是其核心功能。博物馆履行教育和文化传播功能,必须以最严肃最真诚的方式对待受众,呈现的信息应当尽可能保证准确性、真实性和科学性。地方博物馆以收藏、保存、研究本地区文物,传播地区历史文化信息为核心职能,具有“地方性”和“综合性”两大特征^[7]。原本“区域性”特点明显的地方博物馆经由数字化手段这一有益补充,成为“直接的”“国际化”的传播阵地,承载丰富浓缩的地方文化,履行“权威的”“可靠的”对外传播者功能。展品陈列是博物馆传播主要方式之一,其对外译介文本可划归到文博类旅游文本范畴,通常反映出两类旅游文化,即物质旅游文化与人文旅游文化^[8]。地方“文化名片”定位类型的展品通常是两类文化的综合反映:一方面,艺术载体以“艺术商品”这样的物质形式实现其传播功能;另一方面,形式的传播实现其文化内容的传播。前者是后者的质化传播路径,后者是前者的意化传播目的。传播过程中,若脱离后者,前者“艺术商品”倾向化危机凸显;而后者也不能脱离艺术形式而空谈文化。故而,地方博物馆对展品的保护是基础,展品的对外传播应以其核心功能即文化传播为导向,结合独特的艺术符号实现

文化转码。换言之,通过符际翻译方式实现艺术形式的对外传播,应立足于文化内容的解读,而非囿于“艺术商品”的物质形式,或者满足于纯艺术形式的传播。博物馆文化的对外传播应发挥其文化传承和传播功能,注重传播信息的文化内涵。

(二) 受众导向原则

博物馆传播是大众传播的一支,遵循大众传播的一般规律^[9-11],例如大规模的受众、统一的传播内容、所谓“传者”和“受者”之间的权力关系^[12]。对外传播是以国外受众为传播对象的一种跨文化、跨民族、跨地域的信息交流,注重的是双向性的信息交流与沟通,具有语言差异、文化差异、民族风俗差异、接受方式差异等固定特征^[13]。任何形式的传播活动,传播效果是最重要关切,译语受众对异质文化的接受质量及接受层面直接影响传播效果^[14]。博物馆受众层面丰富,可以有相当专业能力的艺术爱好者、收藏家、研究人员,可以是商业目的突出的收购者,也可以是以学习为主的普通受众。可见,效果控制环节中“把关人”至关重要,博物馆传播过程中的文物研究者、宣传者、博物馆相关工作人员等都充当着不同层面的“把关”角色。而涉外传播中,译者无疑是关键性“把关人”,除需要具备优秀的语言驾驭能力外,还需充分考虑上述受众差异特点,尊重传播规律。换言之,英语译介中“译者”对传播效果的达成举足轻重,应当以受众为导向,采用分众传播方式,结合网络优势,建立差异性信道,既能确保相应信道的信息饱和度,又能避免信息过度。同时,严肃认真诚恳地处理因语言、文化等产生的噪音,以确保信道通畅。传播学的传播效果理论和“使用-满足”等理论是博物馆对外传播受众导向原则的理论来源。

(三) 动态系统性把控原则

传播活动是一系列因素构成的动态系统,系统中各因素之间存在双向交流的特点。按照拉斯韦尔的5W传播模式,传播过程可描述为谁(who)、说什么(says what)、传播渠道(in which channel)、对谁说(to whom)、取得什么效果(with what effects)^[15],这是一个系统且动态的过程:“谁”,作为“传播者”,需要考虑其他四个因素;“说什么”作为传播内容,需要考虑“对谁说”(即受众因素)、“如何说”(即传播渠道);相应的,受众研

究和效果研究为传播过程提供反馈,传播过程各因素随之调节,进而实现受众接受的提高、传播效果的优化。充分认识博物馆功能定位以及受众对传播效果的影响,离不开宏观的传播体系;博物馆功能的实现、受众满足的达成,上诉因素缺一不可。良好传播效果的实现是整个传播过程各要素协同作用的结果。比如,数字博物馆的传播优势明显,尽管传播内容形式载体固定不变,但是数字形式的博物馆布局的调整、互动式内容的加入,对不同层面的受众都能带来不同的认识,差异性反馈的产生,推动传播者(即博物馆各层面把关人)对内容的调整。可见,博物馆展品的英语译介并非单纯进行语言对等,需要作整体性把控,考虑到传播过程中各因素间的动态平衡关系。

二、数字博物馆张大千展品英语译介评析

从传播学角度来看,不少博物馆或者博物院网站对张大千展品的英语译介都存在一些问题,例如译介内容不当、传播媒介优势利用不足等,都凸显出其就博物馆这一大众传播媒介的文化传播、教育功能的发挥认识不够,对目标受众的定位、受众需要模糊不清,进而使整个传播过程畅通度、有效性受阻。此处以中国网上博物馆、四川博物院等网站张大千展品英语译介为例进行分析。

(一) 译介内容不当

任何传播活动都有特定的目标受众,应当明确受众需要,有的放矢。文化交流、教育功能是展品对外传播的核心功能。就中国网上博物馆、四川博物院等网站关于张大千展品的英语译介进行分析,其译介存在内容缺损、失误、组织不当等问题,为译而译的痕迹明显。很难讲这样的译文受众接受度有几成,也就谈不上有多好的文化交流效果或是发挥了应有的教育功能。充分考虑博物馆功能、构建有清晰的受众层次的文化内容,才符合传播规律。具体来讲,译介过程需要作整体性思考,即从整个传播活动出发,而非孤立地考虑“翻译”一个环节,还应重视传播环节,力求建立通畅的传播信道,语言准确恰当,结合中国画独特的特点,在关切译语受众语言习惯、艺术追求的基础上,分层有度地传播异质文化,发挥博物馆文化传播、教育功

能,更好地服务于“文化走出去”。

1. 译介内容缺损

中国网上博物馆网页中张大千展品的译介内容缺损问题突出,译介内容过于简单,陈介方式欠缺章法,“物质文化”形象明显,而“人文文化”总体而言或是蜻蜓点水、或是踪迹难寻。普遍而言,展品网页包含英文译名、创作年代、画作尺寸、类型、收藏时间等基本信息,全无对作品本身的解读,个别画作甚至仅有英文译名。

例 1 Zhang Daqian: Late Return to the Riverside village
\$ 109 – \$ 459
Zhang Daqian (1899—1983)
Ink and color on paper, 89 × 181 cm
The original was sold at the Autumn 2010 Auction of Poly International in Beijing for
RMB 15 120 000.

例 1 是对张大千画作 *Late Return to the Riverside Village* 的介绍,整体看来,商业信息突出,全似一拍卖网站:网页介绍有标题(*Late Return to the Riverside Village*)、国画主要技法及尺寸(Ink and Color on paper, 89 × 181 cm),拍卖信息(The original was sold at the...).打着博物馆的旗号,却未履行博物馆应有的功能与职责,忽略博物馆受众需求,当受众带着期待打开“China Online Museum”网页,获取的信息却与拍卖网站无异,受众感受严重受挫,谈何传播效果。传播学效果理论“使用与满足”理论认为传播受众并非被动地接受传播主体传播的信息,而是根据自己的需求进行选择性地接收,不符合传播受众喜好的博物馆展品信息是难以得到他们认可的,传播效果不会令人满意。

例 2 水墨观音图

纸本,画一观音头戴化佛冠,右手抚膝,左手垂放坐垫上,半跏趺坐,斜依山岩,凝神平望。

译文 Ink a Buddhism goddess Guanyin figure

The paper, draw a Buddhism goddess Guanyin Buddha wearing a crown, the right hand ask knee, left hand down on the seat cushion, half sitting cross-legged, leaning rock, brings hope.

例 3 持扇仕女图

纸本,着色,工笔画一艳妆侍女持扇而立。侍

女身着束腰长襦裙,头戴花簪,手持纨扇较于腰背后左上角款属:“丙戌初夏大千张爱”,下押两印。

译文 A lady with Fan

This picture was drawn with colors on paper by Mr. Daqian Zhang. It shows a standing gaudy attire lady who wears a long contracted waist (262 页) dress, a flower hairpin in her head, and her two hands across over the back and hold a silk fan. On the left-up corner of the picture there are the inscription of “Zhang Yuan drawing in early summer of BingXu Year”, and two seals being printed below the inscription. Zhang Yuan is the initial name of Mr Daqian Zhang, and BingXu year indicates the year of 1946.

例 4 晚唐伎乐天

尺寸:纵 81.5 厘米,横 163.5 厘米

内容:绢本。此帧临摹于敦煌榆林窟第 10 窟(张大千编号榆林窟第 9 窟)窟丁西坡。

译文 The Kabuki Lotte

Ruler inches: 81.5 cm vertical, horizontal 163.5 cm

Inner capacity: silk. This frame copy in Dunhuang Yulin cave, cavetenth

四川博物院网站对张大千展品的英译内容相对“随意”:网站共陈列展品 21 幅,仅 7 幅展品配有英译内容,且译文水平参差不齐;英译信息不统一,有些仅侧重展品的简要解读,有些还包含展品的尺寸、创作或收藏年代等附加信息,见例 2 至例 4。画作“水墨观音”,仅就作品进行了简要解读;“执扇仕女图”,就作品进行了简单解读之外,介绍了作品上张大千的印章内容;“伎乐天”,介绍了此作品的尺寸、材料、来源。译文水平暂不论,这样随性的处理译文内容,受众获知成碎片式,容易产生疑惑感,有损博物馆文化传承、教育功能的发挥,甚至牵连艺术形式的输出。展品类别丰富,因其创作方式、技法、来源等差异可能产生译介内容遴选的侧重点不同,但是译介方式应当遵循大致统一的模式,构建较为完整的传播内容,比如每幅作品译介基本信息均包含名称、年代、创作材料、基本技法等。受众对展品能形成相对完整的、清晰的、有一定文化负载量的认知,才能实现较好的传播效果。在对外传播博物馆展品文化时,译者等应充分发挥传播主体的能动作用,考察传播受众的特殊偏好,选择能满足他们需求的内容进行翻译传播。

艺术品的传承与深入传播,是在实现“物质形式”传播基础上的文化传播,受众对艺术品的认知本质上是对艺术形式认知层面的文化内涵的了解、体会、乃至接纳。上述两个数字博物馆,仅从视觉层面上实现了艺术品的“物质形式”的传播,从文化层面上的译介是极为有限的、零散的,甚至因为语言失误(下文详细论述),受众感受是混乱而痛苦的。受众面向博物馆的“文化期待”及“托付感”受挫。更进一步地,综合考虑上述三原则,为更好地关照受众需求,译介内容应尽量趋向分层建设,逐步实现不同需求受众可根据自身需要通过博物馆进行分层信息筛读的内容构建。数字博物馆展品译介建设可谓任重道远,译介内容需要进行大量的补充。理想传播效果的获得,一幅展品基本信息需要完善到名称、尺寸、创作年代、创作类型、收藏情况等以及简要作品解读,这些可视为普通受众了解层面信息。从扩大受众面的角度出发,则需要扩大信息面,对以学习、研究、收藏为目的的其他受众,展品的创作背景、专业分析、收藏评鉴等内容,或更有裨益。无论针对何种受众,博物馆所提供信息,需要准确严谨,既是维护其科学权威地位,也是建立受众信任、实现传播效果的先决条件。展品这样的艺术类传播内容,应当做到基本信息与文化内容传递并重,改变碎片式信息传递的局面,跳出艺术作品的“商品”定位局限,最终丰富受众层面并为之接纳,达到良好的传播效果。

2. 译介语言失误

语言准确是译介效果得以保障的基本条件。而四川博物院张大千展品英文网站存在不少语言失误,语法、修辞、语句表达不准确等问题大大增加了跨文化传播中的信道噪音,干扰受众对信息的理解。网站对展品的介绍都采用两步式,即标题与展品简介,故本部分将就标题与展品的译介分别进行讨论。

(1) 标题的英译费解

标题是一幅作品主旨内容的高度概括,是受众在艺术形式之上与其文化内涵沟通的最直接而简明扼要的第一步。倘若作品标题便使人不知所云,受众继而了解的驱动力将大打折扣。国画创作主旨多围绕古人对自然、社会及与之相关联的政治、哲学、宗教、道德、文艺等方面的认知。因此,国画

的标题应当主题明确、简洁、规范,并适当保留异质文化特点。例2中,英语标题“*Ink a Buddhism godness Guanyin figure*”,无论从译语表达方式、单词准确度、修辞规范上来讲,都存在问题。“水墨观音”重点是以水墨画技法所作观音画像,因而标题只需体现“观音”这一主题即可,英语为“*Bodhisattva*”,或遵循汉文化背景译为“*Guanyin*”也可;水墨画是创作表现方式,故在基本信息中另行列出“*Ink Wash Painting*”即可。例3是“执扇仕女图”,英语译作“*A lady with Fan*”,“with”一词未能体现“执”之意,“lady”需要大写,可改译作“*The Lady Holding a Fan*”。例4画作原题为“晚唐伎乐天”,伎乐天是佛教中的“香音之神”,也就是通常所说的“飞天”,而“*The Kabuki Lotte*”中“*Kabuki*”一词,意指日本民间表演艺术“歌舞伎”,这样的译文与原画所表现出来的文化背景大相径庭,让人摸不着头脑。适当保留异质文化特点,此处标题可采用“音译+释义”的方式处理,译作“*Jiyuetian (The God of the Sweet Sound)*”。其余4幅英译展品标题,也存在翻译不准确、大小写混乱等问题。这些问题凸显出目前博物馆网站建设“全而不精”“急功近利”的问题,忽略了自身作为文化传承、传播、教育重要阵地的作用,严谨、科学是基本要求,既然建设了英语网页,就设定了英语读者为目标受众,而不只是“洋气的”“全面的”“走过场的”配套,是实实在在要履行其对外文化传播功能的,就应当遵循英语语用标准。总体而言,目前的英译情况非常不乐观,为受众建立第一印象的作品主旨的英译非但未能为其打开通往文化的大门,反而给人以不知所云的即视感,拖了展品本身艺术形象的后腿,甚至导致博物馆信誉受损,这一状况亟待改观。

(2) 展品介绍英译文失范及传播内容不当

与标题浓缩地反映作品文化的特点不同,展品介绍可以说是作品的符际翻译,而对外译介更增加了一道跨文化解读工序。基本标准是用语考究、语法准确、修辞规范;而从传播效果的角度出发,译者还需要考量文化体现标准,目的语文化与源语文化的碰撞与适度融合,杜绝为译而译的“翻译症”。国画是中国传统艺术的瑰宝,题材丰富,形式多样,无论是作画材料还是技法,都十分考究,且非常注重用料、技法、主题上的配合,其发展是中国历史进程的写照。因此,展品译介应该包含几个基本内容:一是年代,作品的创作年代与作品反

映内容背景年代应当予以区别表示;二是分类,国画按其题材主要分为人物、花鸟、山水几大类;三是创作材料及主要表现方法,水墨或是白描,工笔或是写意等等。中国传统文化的复杂性同样体现在了国画的丰富内涵上,国画所及每项细节,都是中国文化的独特代表,因此这些信息本身的传递,就是中国文化的传播,应尽量全面,务必准确。此处仅涉及若干基本信息,更加全面细致的解读需要通过专业译介队伍的建设来实现。仍然以四川博物院网页张大千展品译介为例。

例2中文介绍内容是:“纸本,画一观音头戴

化佛冠,右手抚膝,左手垂放座垫上,半跏趺坐,斜依山岩,凝神平望。”其英译为:“The paper, draw a Buddhism godness Guanyin Buddha wearing a crown, the right hand ask knee, left hand down on the seat cushion, half sitting cross-legged, leaning rock, brings hope.”机器翻译痕迹明显,不符合英语语法,对“观音”“佛冠”“半跏趺坐”“凝神平望”等词处理不当。这些欠妥的令人费解的英语表达,很难谈得上对原作品有恰当的文化解读。全面修改、并适当补充基本信息后,“水墨观音”配文信息如图1。

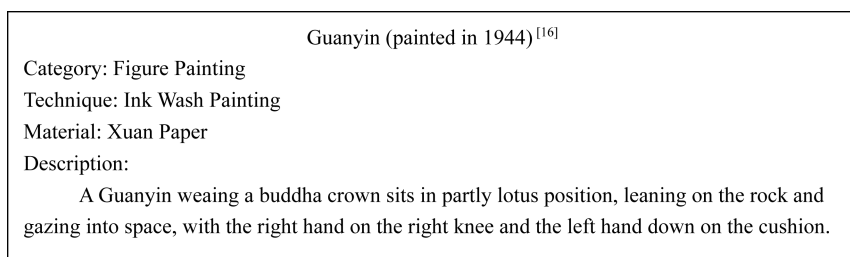


图1 “水墨观音图”介绍译文

Fig.1 Translation of the introduction to“Guanyin”

例3“持扇仕女图”中文是:“纸本,着色,工笔画一艳妆仕女持扇而立。仕女身着束腰长襦裙,头戴花簪,手持纨扇交于腰背后。”英语译介将“艳妆仕女”解读为“gaudy attire lady”,有失偏颇。张大千笔下仕女气质高雅,或妩媚,或娇嗔,或慵懒,或清气^[16],而“gaudy”一词带有贬义,意指“低廉俗气”,用在此处不妥。原图所展现侍女,气质清新而不失华贵,服饰较为明亮,故改译为“gorgeous”;“attire”一词画蛇添足,直

接去掉。“襦裙”是一种汉服,上衣即为“襦”,下身成为“裙子”,典型的“上衣下裳”衣制。“襦裙”也就是指两种衣物的合称。此处不妨采用“音译+文后注解”的方式译介,既实现异质文化的传播,又不影响目的语受众的理解。此外,中文还有对画作题字印章的解释:“左上角款署:“丙戌初夏大千张爱,下押两印。”原英语译介存在表达不符英语习惯,大小写不当等规范问题,也应作调整。修改后整体配文如图2。

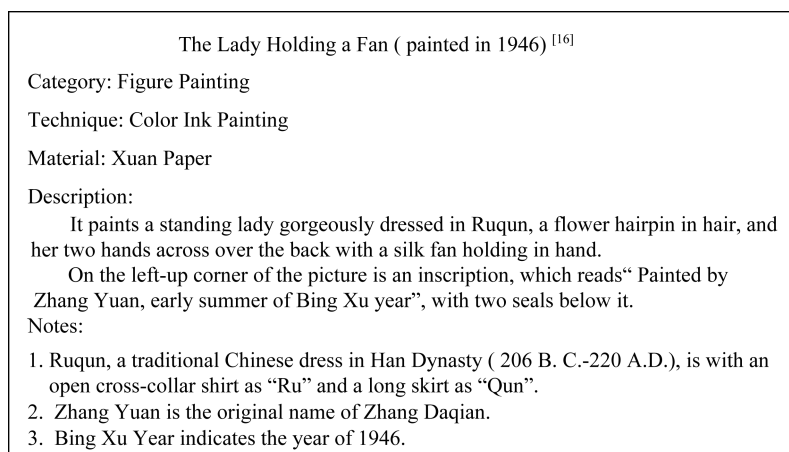


图2 “持扇侍女图”介绍译文

Fig.2 Translation of the introduction to“The Lady Holding a Fan”

例4中文介绍主要内容是:“尺寸:纵81.5厘米,横163.5厘米。内容:绢本。此帧临摹于敦煌榆林窟第10窟(张大千编号榆林第9窟)窟顶西坡。”即就尺寸、画作材质、创作方式进行了简介。而英语译介不免让人啼笑皆非,“ruler inches”“inner capacity”

词不达意;“this frame copy in...”“cave tenth”“number ninth”语法有误,短短两句话,错误百出。此外,张大千擅长临摹,敦煌壁画的临摹也是其作品的重要组成部分,此处应当在英语译介内容中补充张大千临摹成就简介。修改后英语译介内容如图3。

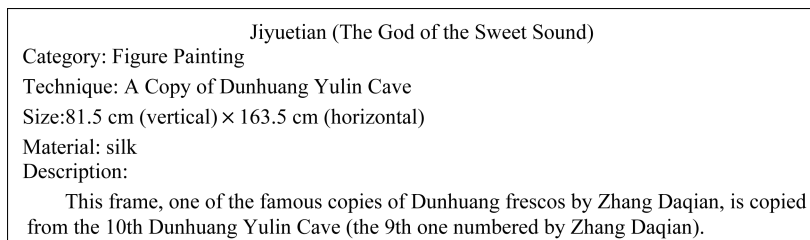


图3 “晚唐伎乐天”介绍译文

Fig.3 Translation of the introduction to “Jiyuetian”

上述博物馆展品译介具有一定代表性,内容无论是从信息完整角度还是从语言准确角度分析,均存在较大的问题,机器翻译痕迹相当明显,译文难以达到目的语用语规范。语言规范的缺损,势必影响受众对文化内容的解读。只有译文“更加符合目的语特点,更加贴近目的语读者的需要”^[17],才能更有效地进行文化对外传播。传播学的基本观点是传受双方的信息符号系统尽量一致才能使传播活动取得良好的传播效果,一致性程度越高,传播的信息其接受度越高。上文所举案例说明张大千展品的英译文信息符号系统与母语国家的平行文本差距还较大,传受双方信息符号系统过大的差距难以让目的语受众产生高认同度,传播效果自然不会理想,张大千展品的英译文还需要大力提升其质量,不仅是语言层面,还要特别重视语用层面。在进行展品译介时,需要充分考虑展品本身文化传承特点,重视博物馆文化传播、教育功能的实现,认真分析受众需要,对译介内容进行适当补充、合理编排,把握好目的语语言特点,使英译文信息符号系统尽量接近母语平行文本的文本惯例,以更好地展现译介内容,更好地实现文化解读。

(二) 译介传播媒介优势发挥不足

以网络为主要方式呈现的数字博物馆较实体博物馆在展品陈列上具有自身优势,具有开放性、共享性、便捷性,表现形式具多样性、交互性,可以通过非线性的组合结构,支持内容的延伸和拓展^[18],更好地满足各级受众需求。充分发挥数字博物馆的优势,是对实体博物馆的有益补充,将更

直接有效地推动其对外传播。上文所述数字博物馆,对发挥数字传播这一便捷传播渠道的有效性方面亟待提高。

首先,展品网页存在信息整合不足、展品特色表现不足等问题。数字博物馆不受空间限制,通过恰当整合,可以提供大量信息。不同受众可以选择性阅读,使信息饱和度始终趋于平衡。总体而言,展品囿于“艺术商品”层面的问题突出,多数展品仅有名称、年代等最基本的信息。对于历史背景、文化成因等具文化性的内容涉及不深。比如例3,展馆如能在基本信息介绍后,通过超链接文本设置等方式,介绍更多张大千对仕女图创作总体风格、发展变化、轶事趣闻等内容,就能更好地发挥数字博物馆的信息整合能力,使受众更好地了解展品特色,从而更好地了解中国文化。再如例4,仍然可以通过超链接文本设置更多可读信息,比如张大千的传奇绘画人生、敦煌壁画对他的影响,甚至建立敦煌壁画的超链接,等等。

其次,展品网页缺乏交互性、趣味性。当今博物馆作为文博旅游的重要部分,已经逐渐成为信息、文化、娱乐与休闲中心,当博物馆开始服务大众,公众或游客则会成为博物馆旅游的新的掌控者^[19]。在博物馆对外传播中,这些“掌控者”就是目的语受众。相比一本正经的、说书式的传播方式,或许也有部分受众更乐于接受趣味性、交互性的方式。比如四川博物院网页中的张大千展品,不少是其临摹自敦煌壁画的作品,而敦煌壁画历史性极强,因此网页中不妨设计若干互动问答或趣味排序,让异质文化受众体味中国历史。作为新兴传播

媒介的互联网与传统大众媒介有许多不同,若是传播的其他要素与特定传播媒介不匹配或匹配度不高,则会降低传播效果。这一问题目前还极为缺乏关注,应引起重视。译者等传播主体应认真研究特定传播媒介,充分发挥特定传播媒介的优势,提高传播效果。

三、结束语

博物馆是中国文化的浓缩及代表,数字形式的博物馆传播是有益补充。翻译是两种语言文化交互活动与作用的过程^[20],博物馆服务“文化走出去”需要完善其译介内容。目前地方数字博物馆展品英语译介情况存在译介内容不当、媒介优势发挥不足两大问题,其改进需要充分尊重传播规律,以博物馆传承文化、教育大众的功能为导向,尊重译语习惯、受众需要,动态系统地把握整个传播过程。立足对外传播的艺术形式的英语译介起步不久、发展缓慢,亟待组建专业且敬业的译介队伍。文化的对外传播是一个循序渐进的过程,传播队伍的组建、传播内容的完善也非一朝一夕之事。国画是我国传统艺术形式代表之一,资源丰富,文化凝练。本文仅以张大千展品网页为例进行分析,更期待有更多相关研究产生。传播过程是系统且动态变化的,译介队伍的建立需要艺术专业人士的加入,以及各级博物馆的配合。博物馆对外传播活动应当尊重传播规律,务必以其文化传承、教育功能为导向,照顾受众需求,发挥各级“把关人”所长,实现更好的文化传播效果。

参考文献:

- [1] 徐士进,陈红京,董少春. 数字博物馆概论[M]. 上海:上海科学技术出版社,2007.
- [2] 陈琴,李俊,张述林. 国内外博物馆旅游研究综述[J]. 人文地理,2012,27(6):24-30.
- [3] 陈龙. 大众传播学导论[M]. 第四版. 苏州:苏州大学出版社,2013:2.
- [4] 吕俊. 翻译学——传播学的一个特殊领域[J]. 外国语,1997,20(2):39-44.
- [5] 董璐. 传播学核心理论与概念[M]. 第二版. 北京:北京大学出版社,2016,70:155-156.
- [6] 严建强. 论博物馆的传播与学习[J]. 东南文化,2009(6):100-105.
- [7] 吕睿. 传媒时代博物馆的信息传播研究——以地方综合性博物馆为例[D]. 重庆:重庆大学,2010.
- [8] 杨敏,纪爱梅. 英汉旅游篇章的跨文化对比分析[J]. 外语与外语教学,2003(11):31-35.
- [9] Hodge R, D' Souza W, Rivière G H. The museum as a communicator: a semiotic analysis of the Western Australian Museum Aboriginal Gallery, Perth [C] // Hooper-Greenhill E. The Educational Role of the Museum. London & New York: Routledge, 1979:37-46.
- [10] Morgan J, Welton P. The process of communication [C] // Morgan J, Welton P. See What I Mean: An Introduction to Visual Communication. London: Edward Arnold, 1986:1-12.
- [11] Hooper-Greenhill E. A new communication model for museums [C] // Kavanagh G. Museum Languages: Objects and Texts. Leicester: Leicester University Press, 1991:49-61.
- [12] 池见星. 跨越文化的桥:面对主动受众的博物馆教育——以大英博物馆的“中国园林”特展为例[J]. 新闻大学,2009(2):154-156.
- [13] 王建荣,郭海云. 文化软实力视阈下文物文化对外传播策略分析——以博物馆语境为例[J]. 北京交通大学学报(社会科学版),2010,9(2):119-123.
- [14] 张晓,李艺. 中国书法术语英语译介策略[J]. 辽宁工程技术大学学报(社会科学版),2015,17(6):664-668.
- [15] 哈罗德·拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能[M]. 何道宽,译. 北京:中国传媒大学出版社,2013:35-36.
- [16] 张玉丹. 庄严与世俗——四川博物院藏张大千女性题材水墨绘画管窥[J]. 文物天地,2015(1):55-63.
- [17] 范勇. 功能主义视角下的中国高校英文网页中的翻译问题研究[M]. 北京:科学出版社,2009:39.
- [18] 张小李. 数字博物馆与实体博物馆的“虚实相生”关系[J]. 中国博物馆,2008(3):81-85.
- [19] Davis D. The Museum Transformed: Design and Culture in the Post-Pompidou Age [M]. New York: Abbeville, 1990:148.
- [20] 刘满芸. 翻译研究文化转向以来的主体滥觞之反思——从“翻译暴力”谈起[J]. 上海理工大学学报(社会科学版),2017,39(1):17-22.

(编辑:朱渭波)