

# 基于 NLPIR 语义分析的商务广告语篇隐性连贯分析及其对教学的启示

孟婧 吕耀中

(青岛科技大学 山东青岛 266061)

摘要:隐性连贯作为商务广告语篇中未明确表达但至关重要的连接因素,对于理解广告意图、传递品牌价值具有重要意义。本文运用 NLPIR 语义分析对学生广告译文中的词频进行统计,揭示学生翻译中的思维过程,并在数据分析基础上提出了商务语篇翻译教学设计,以期对翻译教学提供借鉴。

关键词:商务广告;语篇连贯;NLPIR 语义分析

## 一、引言

随着全球化的加速和跨文化交流的日益频繁,翻译能力的培养在高等教育中显得尤为重要。商务翻译作为翻译专业的核心课程倍受关注,如何上好商务翻译课一直是翻译教学领域关注的问题。笔者多年的教学经验发现,学生在商务语篇翻译中存在的一大问题是在源语篇理解层面上难以架构起语义的连贯,因此本文选取一则商务广告作为教学案例,通过 NLPIR 语义分析揭示学生对商务广告语篇语义连贯构建过程中的问题所在,并针对问题采取相应的教学策略,以期对商务翻译教学提供借鉴。

## 二、语篇连贯

连贯是语篇的基本特性,可分为显性连贯与隐性连贯两大范畴,商务语篇的隐性连贯特点造成语义误解及其翻译表达的困境。

在探讨连贯与翻译之间的关系时,衔接这一概念常常被纳入进来。Halliday & Hasan 在《英语中的衔接》(Cohesion in English,1976)一书中指出,连贯的语篇要前后衔接,也就是要有替代、省略、照应等语法手段和同义词、反义词、重复、上义词、泛指词、搭配等词汇手段,这一观点表明篇章的衔接和连贯有着密切的关系,王宗炎先生进一步把这种关系阐释为:“‘衔接’是词汇和语法方面的手段,‘连贯’是采用这些手段得到的效果”(王宗炎,1994)。然而,在商务广告语篇中,处于表层的衔接手段往往是缺失的,而语义连贯隐藏于篇章表层之下,由此引入商务语篇‘隐性连贯’这一概念。

隐性连贯(implicit coherence)的概念最早由 Reinhart(1980)提出,他认为无论语篇有无显性衔接词,只要内容“相连、一致、相关”即可视为连贯,但其研究重点仍在于探讨显性连贯的条件。De Beaugrande(1980)在探讨语篇性时指出保持语篇连贯的方法包括“逻辑关系、背景知识和人类经验”三个方面,此

观点推动了从认知语言学视角对语篇隐性连贯的深入研究。在翻译研究领域,Baker(1992)就衔接和连贯的关系指出:“衔接是表层关系网络,在篇章中把词语和各种表达手段连接起来,而连贯却是潜藏于篇章表层之下的概念关系网络。”Baker(1992:219)强调,连贯主要是一种语义连贯,只有我们具备识别潜在语义关系的能力,才能赋予其语篇特征。张德禄(2002)认为,在翻译过程中,应该对原语语篇影响连贯的因素进行分析,然后对目标语语篇的翻译目的、用途,目标语的社会文化背景和情景语境进行研究,据此才可以确定采用的翻译方式,以实现连贯对等。卢卫中(2006:13-18)也指出,象似性、认知隐喻、认知转喻这些认知原则也是实现语篇连贯性的重要的深层衔接手段。曾利沙(2016:143)认为,广告内容的连贯性需要目标市场的受众通过认知图式知识的建构而实现,从而间接领悟到广告传达的营销意图。译者需要对广告语篇所建构的认知图式知识做出含义充实的解读,对广告语结构形式之间的语义关系做出显性连贯的阐释,使广告所传递的意图得到彰显。由此可见,只有对原语语篇表层意义和隐含意义的正确理解才可能在译语中传递“对等”信息。

本研究针对广告语篇展开,笔者对 web of science (SSCI) 数据库中以“cohesion translation”为主题进行搜索,获得 62 篇语言/语言学方向论文并生成可视化知识图谱,以关键词进行聚类,发现国外期刊在“语篇翻译”领域主要讨论语篇显性衔接手段、写作技巧。



图 1 web of science (SSCI) 数据库以关键词进行聚类生成



第一轮统计结果显示,学生译文按照源语广告语篇的表层结构进行翻译,以词汇直译为主。学生的有声思维数据中频繁出现了“先驱”、“先驱者”、“工程师”等名词表达,以及“开拓”、“致敬”等动词表达,这些均为“To pioneer. To engineer”的直译,译文反映了学生在理解原文表层结构意义上进行直译。



图4 第一轮实验词云图

从第一轮学生译文生成的词云来看,学生在翻译该商务航空广告语篇时,主要基于源语词汇基本意义进行直译。学生在翻译时简单继承了源语广告语言的形式特征,译文句与句之间缺乏连贯,只是词汇字面意义的堆砌,致使中文读者不能理解广告语想要传递的深层意义。

#### 4.2 第二轮实验

根据第一轮实验结果,授课教师在课堂补充商务广告语篇隐性连贯的认知研究,要求学生课下整理语篇连贯相关文献。英语广告语篇的连贯存在于语篇底层,这种隐性连贯需要译者在翻译时基于广告认知语境对原文含义进行充实和丰富,确保译文能够展现原广告主题意图、产品特点、理念宗旨、服务举措和召唤信息。授课教师引导学生解读原文8个动词的深层含义,并要求受试对初译文进行修改,对翻译过程中的思维活动进行录音,翻译结束后要求学生将自己的译文读出并录音。

名词 动词 形容词

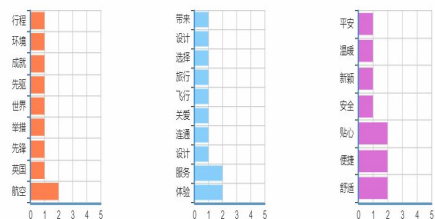


图5 第二轮实验词频统计

第二轮统计结果显示,学生译文中使用的高频名词、动词、形容词都与第一轮统计结果大不相同。“To engineer”在初译中大多译为“工程师”、“致敬”。在第二轮实验中,这些表达基本消失,取而代之的是“设计”。学生的译文不再局限于源语词汇的基本意义,而是基于隐性连贯的理论并结合该英航广告的认知

语境,深入地思考、探寻每个词的意义,然后对其进行含义充实,实现该商务英航广告译文的语篇连贯,使目标语读者在读起来时更加通顺自然。

张同学口述思维过程:首先“pioneer”意思为开拓,领先,先锋。隐性连贯采用非词汇语法的手段间接地实现语篇的衔接与交际双方的心理认知过程,通过隐含于字里行间的各种语义逻辑关系以及语境因素实现连贯,那么通过心理认知过程得出的信息是在航空行业中处于领先地位所以译为航空先锋。而“engineer”的关联含义有“design, plan, manage”等,通过对英国航空公司的进一步了解推测出这里指飞机的设计制造工艺比较先进,所以译为设计是合理的。



图6 第二轮实验词云图

从学生第二轮译文生成词云来看,译文中出现“舒适”、“关爱”、“体验”之类的表达,而这些信息在原文词汇层面并不存在,说明学生在翻译时结合了英国航空公司广告语境,对原本空泛不定的概念意义进行了充实和明晰化处理。另外,学生在翻译时重视凸显该广告译文所要实现的效果,即让中国受众体验到英航的特色、选择英航作为出行工具。学生在译文中将隐性信息显化,使中文读者读起来更加自然流畅,且能体悟到该广告所要传达的营销意图。

#### 五、对商务语篇翻译教学的启示

从以上两轮实验结果来看,学生对广告类语篇存在明显的语义建构困难,在翻译教学中培养并提升学生对语篇语义连贯知识的把握,教师应摒弃“讲授式”课堂,承担“指导者”角色,组织、协调学生完成任务各环节的运行,赋权于学生,充分挖掘学生自主学习能力和朋辈互助能力。具体教学环节可分三个阶段展开:

前任务阶段,教师的主要任务是创设学习情境,阐明学习目标。明确的学习目标能够帮助学习者把握学习方向,了解学习重难点。教师可在线上学习平台上传商务广告翻译相关的学习视频,设置对应的测试检测自学情况;将需要翻译的航空公司部分原文发至讨论区,引导学生思考并着手翻译。学生不仅可以在讨论区回答老师发起的问题,还可以在讨论区提出自

己的困惑,教师在浏览过后积极解答。

在任务执行阶段,教师在课堂上发布翻译任务,向学生介绍小组分工和任务内容。在学生进行译文讨论过程中,教师轮流进入不同的小组了解其进度,并进行指导和帮助。每个小组在讨论后要选出本组最佳译文并进行汇报展示。在这一环节中,教师要引导学生思辨讨论,通过小组间译文的对比互评,帮助学生掌握语义连贯相关知识并将其在译文中显化。

任务后阶段是指学生在完成翻译任务后,需要结合师生的点评,反思自己的译文,修改定稿后提交在线学习平台。教师在平台上传教学课件,帮助学生课后反思总结;此外,教师还可以发布与本节翻译案例相关的拓展文档和链接,帮助学生深度学习,加深对翻译理论和策略的深入理解。

表1 基于任务的商务语篇翻译教学环节设计

前任务(线上)		任务执行(线下)		任务后(线上)	
教师	学生	教师	学生	教师	学生
上传广告 翻译学习 资源	自主学习	梳理语篇 隐性连贯 知识	内化吸 收,总结 提炼	上传广告 翻译教学 课件	反思总结
阐明广告 翻译教学 目标	交流讨论	明确英国 航空广告 翻译任务	独立完 成,小组 讨论、展 示	提供广告 翻译拓展 资源	知识迁移
说明广告 翻译教学 任务	反馈提问	教师评 价、反馈	学生互 评、反馈	布置翻译 实践任务	翻译实践

课后的访谈显示,学生对“教师主导、学生主体”的课堂教学模式认可度较高,特别是生生互评环节对译文提升的帮助最大。同伴间的互相学习和评价在外语教育中具有促进学习的潜在作用(金艳 2010;何莲珍 2019)。翻译课堂中的互评有助于提高学生自身译文的质量(李小撒、柯平(2013)。由此可见,赋权于学生更能激发学生的自主学习能力提升,学习效果好于被动的接受。此外,学生反馈中也提到,以前作翻译练习,只是关注语言本身,有时会运用翻译技巧,但很少在理论框架的指导下进行翻译,像商务广告语篇这样的实践任务让学生将理论与实践结合,不再割裂二者,对未来翻译实践报告的完成有很大的帮助。

#### 参考文献:

- [1]黄友义:《习近平谈治国理政》为构建融通中外的话语体系树立榜样[EB/OL].Http://cpcpc.china.com.cn/2018-06-15.
  - [2]徐明强.外宣翻译的苦恼[J].中国翻译,2014(3):11-12.
  - [3]符滨,蓝红军:从《习近平谈治国理政》标题翻译看中国政治话语的对外传播.翻译研究与教学,2019(2):71-79.
  - [4]金艳.体验式大学英语教学的多元评价[J].中国外语,2010(1):68-76.
  - [5]何莲珍.新时代大学外语教育的历史使命[J].外语界,2019(1):8-12.
  - [6]李小撒,柯平.同伴互评在翻译教学中的应用效果及其教学法意义[J].外语教学理论与实践,2013(2):83-88.
  - [7]徐承萍,张文忠:《赋权增能型英语深度阅读教学初探》.第二语言学习研究,2018(1):21-32.
  - [8]刘浩,张文忠:赋权增能型“个性化英语学习”的课程效益评价:基于学生视角.外语教育研究前沿,2018(1):18-25+90-91.
  - [9]张文忠,刘佳:“学术英语”课程的赋权增能设计.第二语言学习研究,2019(2):1-12+104.
  - [10]柴明颀,翻译人才培养所面临的挑战,东方翻译 2019:P4-7.
  - [11]曹新宇,把握翻译硕士培养内涵—提升教学研究自信—穆雷教授访谈录,中国翻译 2020年第3期,P85-90.
  - [12]陈雅.基于混合式学习的任务驱动式教学[J].中国成人教育,2017(02):84-87.
  - [13]赵莹,姚海莹.基于蓝墨云班课的混合式教学行为研究——以“现代教育技术”课程为例[J].现代教育技术,2019,29(05):46-52.
- 项目基金:青岛科技大学社科基金项目“基于 NLPPIR 语义分析的商务语篇翻译策略研究”(22XB07)。
- 姓名:孟婧 单位:青岛科技大学 单位所在省市 山东青岛 邮编 266061
- 姓名:孟婧(出生年—1978.09),性别:女,民族:汉,最高学历(学位)博士 职称:教授,研究方向为英语教学
- 姓名:吕耀中 单位:青岛科技大学 单位所在省市 山东青岛 邮编:266061
- 姓名:吕耀中(出生年—1966.08),性别:男,民族:汉,最高学历(学位)博士 职称:教授,研究方向为翻译理论与实践