

论中国跨境电商网页翻译规范性研究

左玲珑 邓雯菲 杨旭 何慧婷 谢林娟 胡璐

成都信息工程大学外国语学院, 中国·四川·成都 610225

【摘要】在全球化日益深入,“一带一路”不断推进的时代背景下,中国跨境电商也体现出了迅猛的发展势头,未来形势一片向好。但电商平台网页中的语言翻译服务作为其发展的重要原因之一,也应给予高度重视。本文从现状和规模、语用和文化角度分析了跨境电商网页翻译过程中涉及的种种问题,并提出了相应措施,旨在结合跨境电商平台的发展特点和未来趋势,将语言转化为更大的经济效益,增强企业实力,塑造中国品牌,为中国出口贸易事业提供一定助力。

【关键词】跨境电商网页英译; 跨文化意识; 语言服务与经济效益

【项目基金】本文为成都信息工程大学大学生创新创业训练计划项目“中国跨境电商的英译规范性研究”(202110621254)和2020年度四川省翻译协会复旦大学出版社翻译理论与实践专项科研课题“‘一带一路’战略背景下中国跨境电子商务网页的英译规范性研究”(YX2020027)的阶段性成果。

1 跨境电商发展的现状及发展进程

随着技术的不断革新,全球网络建构日趋完整。作为互联网发展环境下国际贸易的新手段,跨境电商显现出了其极大的发展势头。区别于境内的电子商务,跨境电商具有更为广泛的交易对象和更加多样的交易模式。因此,世界各国陆续加入到了发展跨境电商的行业之中,中国也表现出了传统外贸企业集体向跨境电商转型的趋势。从行业领域看,中国目前有阿里巴巴、敦煌网、兰亭集势及速卖通等跨境电商平台,其业务覆盖了B2B、B2C以及C2C等多种模式,充分利用贸易新渠道实现了高收益,成为了刺激中国外贸经济体复苏的重要商业模式。

中国跨境电商的快速发展依赖于经济、社会、科技等多方面的优势。首先,中国的宏观经济不断向好发展。自跨境电商发展以来,中国GDP总额增速平稳放缓,但依然保持着平稳上升的姿态,有利于带动跨境电商整体发展。从社会角度看,人均可支配收入增多,人们生活水平逐步提高,购物需求与动力也随之增强,从而推动了电商的发展。技术上,中国互联网产业快速发展,不断渗透大众的生活。中国网民数量提高,刺激了企业们“互联网+”产业的研发。网络进而成为了网民购物的重要渠道。与此同时,支付技术的不断更新以及物流行业的进步使得电商发展更为便利,为跨境消费也提供了更为广阔的空间。同样,跨境电商的大规模发展离不开国家政策的扶持。近年来,中国在改善跨境电商市场环境、优化行业监管、完善电子商务支付结算等方面制定了一系列相关政策推动跨境电商的发展,为国内中小企业拓宽了海外市场的同时,增强了跨境电商企业之间的交流与合作,开辟了更多商机。

正因为此上种种,中国设立四大试验区——西南内陆、环渤海、长三角和珠三角地区和囊括天津以及杭州在内的十几座试点城市,为环球易购、大农网、海淘等在内的电商平台提供发展沃土。就目前而言,大多数跨境电商主要集中在沿海经济发达地区,优越的地理位置和发达的对外贸易基础上,前期发展势头猛,促进其国内行业发展利好和消费升级。电商平台不仅在中国占据很大市场,在海外市场也有一席之地:以速卖通为例,打开

了俄罗斯市场的同时,还相继打开了中东、巴西等地区,其APP下载量长期居于排行榜前十。

由此可见,跨境电商作为贸易的新形势,其发展劲头势不可挡。而在看到优势的同时,平台商户们更应着眼于优化平台信息,尤其是其提高用户体验感。这不仅会影响平台的转化率,更会对用户留存及企业发展产生决定性的作用。

2 跨境电商翻译成熟度

跨境电商兴起于近几年,交易规模不断扩大,局势向好。然其重心放在平台的设计和产品的销售上,忽略了对平台产品翻译的理解与把握。

首先,商户们应明确此类语言服务范围主要是在商品广告,功能介绍以及企业理念的宣传方面。作为商务领域语言翻译的一种,跨境电商的翻译与其它类型的翻译有很大的不同。译者在进行此种翻译时,不仅要掌握最基本的词汇语法信息,更要熟知电商平台业务流程。其次,从经济语言学的角度来看,文案翻译是否得当也是影响销量的重要一环。翻译学家纽马克曾提出“翻译交际”这一理论,即在翻译过程中,译者应做到依托目的语、文化和语用方式去传递信息。只有妥帖地表达出源语的意义,实现双语的贴切转换,才能使文案翻译产生更高的经济效益。但通过对相关电商平台的翻译调查发现,大量产品翻译在语言掌握和文化理念层面理解不到位。比如,产品表述过于依赖机翻,在内容上就是无意义的辞藻堆砌,在标题上也没有突出重点,给消费者形成逻辑不通,夸大其词的购买印象。除此之外,由于这一方面的专业译者人数较少,大多数仍然是机器翻译或是兼职翻译人员,在对文化理念的把握上不够准确,使译文没有符合当地的文化习俗,给人造成误解甚至产生负面情绪。

正是由于网页翻译在语用和文化这两个角度方面的探索不够深入,而对产品营销的过度重视,所以,电商平台的翻译体现出了质量参差不齐的特点。

3 跨境电商翻译不规范的成因

3.1 语用角度

为了适应及促进中国跨境电商的飞速发展,许多高校开设了

相关课程以培养跨境电商翻译人才。但就各大高校相关专业开设的课程而言,许多都是重理论、轻实践,仅仅采用传统的教学模式,课本上有些内容也已经过时,没有考虑到社会的进步、时代的发展。

另外,由于并非所有中国商品都能在国外找到对等物,在跨境电商网页翻译的过程中,就容易出现词汇不对等的问题。在翻译的过程中,译者应注意如何尽可能真实地描述商品,既符合商品的本来性质、用途等,又能让国外消费者能够理解并对此产生兴趣。在找不到国外类似表达,或没有对等词汇的情况下,是创立新词,还是用一大段话去描述、解释,都是值得译者思考的问题。

其次,在商品翻译的过程中,译者应采取一定的技巧。汉语对于外国人而言无疑是一门十分难掌握的语言:一是由于拼音难,二是由于汉字难。因此在翻译中国品牌名时,并非所有情况都可以直接将中国品牌的拼音直译成英文,译者应考虑到外国消费者的理解能力,采用一定的翻译技巧,综合运用直译、增译、意译等各种翻译方法。另外,标题翻译的重要性是不言而喻的,应尽量短小精悍,使人一目了然,即标题翻译中应尽量包含商品关键信息,做到新颖有趣,吸引消费者的目光,从而获得更高的浏览量、点击率和销售量。

3.2 文化角度

3.2.1 跨文化交际差异

不同国家都存在着文化差异,这些文化差异或多或少会引起人们理解上的偏差。如果没有深入了解目标国家的文化背景翻译,就会造成翻译失误,进而会导致商品无法受到消费者的青睐,无法进入目标市场。

网页传递的文字信息是影响消费者是否购买的直接因素。有效的跨境电商网页翻译能够传递有效信息,激发消费者的购买欲望,进而产品成功打入目标市场。不同国家地区的消费者由于文化背景的差异,对同一产品的描绘会不同,比如在中文网页上,由于中国是高语境文化,人们更加注重“语境”而并不只是“内容”,所以对产品的描绘多采用大量的修饰语,突出表现为使用大量的四字词进行修饰。例如,在对化妆品的描述当中,会使用“水润肌密,透亮白皙”等修饰词语,这些词语往往能引起中国消费者对产品的想象,增加消费者对产品的好感。然而在一些低语境文化地区,消费者更加注重产品的实用功能。如果直白地把这些修饰语翻译成英文,往往会增加阅读阻力,因而难以抓住他们的兴趣。但若完全不加修饰,又会使商品无法吸引消费者。纵观中国的一些跨境电商网页,如阿里巴巴跨境电商,网页上的翻译基本省略产品的大量修饰语,造成过于简单化的问题。因此对于产品描绘上的翻译,还需要译者了解不同文化背景下客户的消费心理,缩小翻译中的文化差异,使商品的消费主体喜闻乐见,适应风俗习惯。

3.2.2 中英翻译对等

(1) 专业词汇对等

跨境电商网页翻译的不规范现象还表现在中英翻译不对等。首先是专业词汇的不对等,由于跨境电商的快速发展,出现了许多新的词汇,而且有很大一部分词汇具有多义性,在对这些词语进行翻译时,如果译者没能掌握词汇的正确含义,就很有可能导致误译。比如说汉语中的“交付,交给”翻译成对应的英文是“honor”,而银行系统里的“付款”对应的英文也是“honor”,却没有使用“pay”。除此之外,由于科学技术的不断发展,出现了许多新型的物品,对于这些物品的翻译,如果译者未能及时熟悉,也很可能会造成误译。所以掌握专业词汇的含义,了解产品信息对于避免误译是十分重要的。

(2) 文体风格对等

文体风格的对等:原文与译文文体风格保持一致。跨境电商网页翻译文体就是商务翻译文体,应表现出通俗易懂,表达准确,信息全面和简单明了的风格。除此之外,还应当充分了解产品的性能以及特质,突出产品的重点。

例1: Juyi Italian minimalist leather long tool modern minimalist bedroom bed end stool cloakroom.

这是中国跨境电商网页某一品牌家具的网页标题,尽管标题中呈现出所有的信息,但没有突出核心词汇,译文冗长杂乱。无法吸引到消费者,激发他们的购买欲望。

例2: LIVING ROOM CHAIR---Great living room chairs for both entertaining and relaxing |Furniture.

相比之下,上述家具网页标题的翻译更清晰,产品特色也更突出。用“---”以及大写字母,把重要信息放在前面,信息简明扼要,让消费者一目了然。

3.3 跨境意识角度

浏览某些中国跨境电商企业的网页不难发现,许多译者在翻译时忽略了国内外的文化差异,往往导致一些低级错误的出现。中西方文化差异导致了不同的思维习惯和语言习惯,使得中国式英语的出现更加频繁。但由于跨境电商的翻译是要将中国的商品销往国外,译者就应尤其注意避免中国式英语的出现,拥有跨境意识。

4 跨境电商翻译问题的相关对策

4.1 参考成熟英文电商网站,规范文体特点

4.1.1 坚持统一的准则

为了避免出现文体理解上的困难和歧义理解,对于参与跨境电商当中的商家、客户、产品信息各环节、各对象的使用名词要进行统一。在文体术语、概念、信息等都统一的基础上,跨境电商网页翻译的整齐程度才会得到提升。

4.1.2 坚持本地化的准则

全球化时代,语言之间的互译是跨境电商的纽带,做好跨境电商的网页翻译就必须考虑翻译本地化的问题。从源语言、目的语言用词习惯等角度出发,深入研究文本所译成果是否能被国际客户接受,这些都是坚持本地化准则的发展方向。这类工作需要建立跨境电商英译成熟体系的过程中逐步培养起一批

能适应时代环境的本地化工程师,从而完善、提升翻译本文质量,为跨境电商翻译走向本土化助力。

4.1.3 坚持礼仪性的准则

在进行网页翻译时,不能单纯将使用的语言生硬地转化成难以阅读的大段文字,而是形成电商交易过程更为融洽的网页翻译文本,作为礼仪之邦的中国,应秉持人性化和礼仪性的标准来翻译文本,从而深化跨境电商的价值,使中国跨境电商从容面对激烈的国际竞争,树立良好的企业乃至国家形象。

4.2 避免直译和机翻

4.2.1 熟悉跨境电商中高频词汇

这是对跨境电商翻译相关人员所具备的语言学习素养、知识应用能力、具体环境下再学习能力的考验。作为译者就应该在前期掌握语言知识、拓展词汇,并积极应用到跨境电商实践中,请教前辈、实践积累等多途径熟悉整个翻译过程,将这个领域的翻译细节转化成知识体系,才会更有利于跨境电商网页翻译工作开展。

4.2.2 手动翻译与人工智能翻译相结合

避免机翻并不是不使用机器翻译,在这个互联网与人工智能普及的时代,选择机器来辅助是更为明智的选择。就B2B外贸平台而言,使用人工智能翻译软件,将跨境电商翻译语料库输入其中,就可以大幅度提升翻译效率。这是当下顺应全球化、互联网时代的不二举措。在这一时代背景下,随着效率和质量要求的提高,译者须秉持大部分重复或相似文段初次使用人工智能翻译,第二阶段进行手动翻译完善加工这一理念。但是对于全新文段仍要坚持手动翻译加工,同时兼顾上文所讲到的文体问题,这样对于跨境电商网页翻译的处理将更加高效。

4.3 规范用词,准确传达信息

世界各地文化差异巨大,不同的社会生产能力、社会文化氛围,诞生了差异繁多且水平各异的文化产物。这表明在做跨境电商的同时,其他国家未曾接触过的文化产物将通过此传入其社会中。简而言之,中国的商品在别的国家可能并非存在。此时更需谨慎对待跨境电商英语当中的用词问题,比如“老干妈”在Gilt平台上被译成“Godmother”,这样的翻译并不能体现中国本土品牌“老干妈”的浅层含义,更不能深层次去体验作为食用品的“老干妈”的物品特征,这样的问题不仅是用词大意,更没有做到信息正确传达。译者应结合外国文化历史特点,将中国的跨境商品以更为容易理解的方式进行翻译。

4.4 完善机制、加强监管

即综合以上所有翻译专业问题,建立一套属于跨境电商中文英译领域人才的培养机制。如今中国跨境电商体量巨大,但是这并不代表水平成熟。正是因为大体量从而刺激了对于体制

建立与完善的需求,建立一套人才培养机制,为以后的时代发展提供越来越多更为专业的跨境电商英译人才。而这些人才的培养需要各大高校以及机构的通力合作,在专业领域细化下更为突出这一实用功能,确立专业标准、行业标杆,更好地服务于培养人才。

针对跨境电商网页的翻译,进行监督管理。翻译始终会有人为参与,如何使跨境电商之间竞争向良性发展,如何让跨境电商翻译尽量避免文化冲突,这些都是从制度层面需要解决的问题。因此,建立一套由政府干预、企业之间互相达成协议或建立机构、辐射全国跨境电商平台的监督标准与体系,至关重要。

5 结语

全球化进程逐步加快,“互联网+”,AI技术应用普遍,近几年,中国电商借东风而扶摇直上,但也要认识到新兴事物总是曲折前进的,笔者认为企业等主体都应给予语言服务研究足够的重视,正如前文所述,语言运用得当能够产生事半功倍的经济效果,因此,对语言翻译的正确把握是顺应时代洪流的选择。既要准确把握基础语言知识,更要做到文化交流心中有数,是评判一位译者是否合格的前提。在国家政府和企业的相互配合下,才能成为驱动中国跨境电商成长成熟,打开国际大门的引擎。

参考文献:

- [1]冯琳,许鸿敏.跨境电商网页汉译英功能对等研究[J].戏剧之家,2018(30):195-197.
- [2]刘欢.语言经济学视角下跨境电商商品文案英译研究[J].河北企业,2020(11):119.
- [3]刘亚峰.跨境电商平台语言翻译服务的应用研究[J].辽宁经济职业技术学院学报.2020(1):60-62.
- [4]穆石航.跨境电商下的商务英语翻译研究[J].营销界,2020(42):57-58.
- [5]温玉娟.从文化差异视角看中国式英语[J].中国民族博览,2020(24):110-111.
- [6]徐锴.跨境电商下的商务英语翻译技巧[J].造纸装备及材料,2020,49(01):228.
- [7]《站在风口上的跨境电商》.前瞻产业研究院.2018-11-20 <<https://bg.qianzhan.com/report/detail/1811201707407770.html>>.

作者简介:

左玲珑(2000-),女,本科,成都信息工程大学2018级学生,研究方向:商务英语。胡璐为本文通讯作者。