

# 生态翻译学视角下浙江 5A 旅游景区公示语英译研究

胡素芳

(浙江广厦建设职业技术大学, 浙江 东阳 322100)

**摘要:** 旅游景区外语语言环境是景区重要组成部分, 其质量事关景区形象和旅游业的可持续发展。浙江省 5A 景区公示语在英译方面却普遍存在翻译不规范、翻译不贴切等问题。本文以生态翻译学为理论指导, 从语言维、文化维、交际维角度剖析景区公示的典型实例, 探讨目前浙江 5A 景区公示英译问题, 进而提出提升景区公示英译质量的对策, 以期提高景区语言服务质量。

**关键词:** 生态翻译学; 景区; 公示英译

景区公示是景区面向广大游客公布的旅游文本信息, 主要提供告示、游览图示、景点说明等信息, 具有引导和宣传性, 它是景区重要组成部分, 不仅体现景区的服务质量和水平, 更展示我省乃至我国的国际形象。浙江省 5A 景区对外开放程度较高, 其公示语大都采用中文和英文双语展示, 外国游客对英文公示信息的任何歧义、误解都会造成文化交流障碍和不良的“国际影响”。因此, 其英译质量研究显得极为重要。本文基于生态翻译学视角, 通过三维转换翻译策略分析我省 5A 景区公示文本英译现状及存在的突出问题, 并提出相应的策略, 以期为我省景区公示英译提供一个全新的视角, 从而达到跨文化交流以及我省优秀历史景观文化的成功输出。

## 一、生态翻译学

生态翻译学 (Eco-translatology) 是胡庚申教授于 2001 年首次提出的一种翻译理论, 他综合了“生态学”和“翻译学”相关理论, 提出三个核心理念: “适应选择论”“译者中心论”“三维”转换翻译策略。生态翻译学要求译者遵循翻译生态环境中的“适者生存”法则, 以译者为中心, 充分发挥译者主导作用, 在翻译过程中综合考量社会、历史、语言、文化等众多因素, 从语言维、文化维、交际维“三维”角度进行适应性选择转换, 从而生成高质量译文, 使原文的生命在译语环境中生存和长存。

随着研究的发展, 生态翻译学理论日趋成熟, 商务法律、哲学社科、文学翻译等不同领域先后开展具有生态翻译学性质的应用研究, 旅游领域亦开展相关研究。黄兰堃从“三维”转换视角研究桂林红色旅游景点公示语汉英翻译。程建山从生态翻译学的角度对湖北省 5A 景区官方网站上的中英文景点介绍文本质量进行评价, 并探讨旅游景点介绍文本的翻译策略。旅游资源具有独特的地域性和民族性, 诸多学者研究的旅游景区公示语翻译问题既有共性问题, 也有部分涉及地域性和民族性的文化翻译问题, 但甚少学者开展浙江省独特的自然文化旅游景点公示语的英译研究。

## 二、浙江景区公示英译现状

旅游景区公示语承担着传递信息、传播文化的功能, 准确的语言能使信息交流更有效、文化传播更顺畅。然而, 目前浙江 5A 景区公示英译质量参差不齐, 有些译文不仅不能准确传达原文意思, 甚至可能让游客产生疑惑、误解甚至反感情绪, 对我省景区

形成负面印象, 不利于旅游业的可持续健康发展以及国际间的文化交流。总体而言, 目前我省景区公示英译存在两类问题: 公示翻译不规范和公示翻译不贴切。

### (一) 公示英译不规范

公示英译不规范主要体现在景点译名不统一、汉语拼音误用、书写不规范等三方面。

景点译名不统一。汉语景点名称通常简短精练, 体现景点特色和文化, 能激发游客兴趣。然而由于英汉两种语言词汇结构差异较大、译者素质不同、管理部门审查不严等原因, 导致景点名在景点门票、景区公示、旅游官网、景区手册以及其他对外宣传资料上的英译不一致。如千岛湖的翻译存在三种不同的翻译:

(1) Qian Dao Lake (2) thousand-island lake (3) thousand islands lake。景点名称英译混乱会给外国游客造成误解, 带来不便。

在景区中, 汉语拼音误用也是常见的不规范现象, 如英文导览图中出现“Nong Jia Fan Dian”, 中国人能根据拼音理解其表达的是“农家饭店”, 但对于不懂汉语的外国游客, 他们很难通过这样的译名判断该地是否是景点, 从而失去公示语的告知功能。

公示语中英文书写不规范也时有发生, 如金华八咏楼牌示中将“李清照”翻译成“Li qingzhao”, 人名翻译成英文通常要把姓和名的首字母大写, 因此要把“Li qingzhao”中的“q”大写, 突出人名。

公示英译的不规范现象通常是由于译者的疏忽、管理者审查不严、公示牌制作者粗心等多方面原因造成的, 这就要求各部门负起责任, 从翻译、审查到制作, 各司其责, 每一环节都做好相应工作。

### (二) 公示翻译不贴切

公示翻译不贴切主要体现在英译文本不符合英语表达习惯、英译文本无法准确表达源文本文化内涵、英译文本无法实现交际功能等三方面。

英译文本不符合英语表达习惯。逐字翻译、明显的语法问题等是公示译文中常有现象。如江山江郎山景区中“一线天”景点被翻译成“One Line Sky”, 这是典型的逐字翻译。一线天, 是山峰中常见的景观, 因两壁对峙, 从缝隙所见蓝天如一线而得名, 命名极富画面感; “One Line Sky”这样的译名会让外国游客不知所云, 无法达到宣传景点特色、吸引游客的目的。

英译文本无法体现源文本文化内涵。浙江众多的人文景观蕴含着当地特有的文化内涵, 黄大仙宫被翻译成“Wong Tai Shi Temple”。Temple 是指佛教的寺庙, 而黄大仙是著名的道教神仙, 外国游客因没有我国宗教背景知识就会误解, 因此这个翻译是不准确的。根据《公共服务领域英文译写规范》规定, 道教的宫、观译为“Daoist Temple”, 所以黄大仙宫应译为“Wong Tai Shi Daoist Temple”, 这样便于外国游客了解该景点的文化内涵。

英译文本无法实现交际功能。景区公示是跨文化交际中重要

的传播媒介,一些英语文本无法起到交际的作用。如济公纪念馆公示“济公,劫富济贫,深受贫困人民的爱戴。”将“济公”音译成“Jigong”,外国游客只是读到一个陌生的名字,无法调动对人物的情感,如果将其类比为西方人熟知的“Robin hood”,则会使外国游客倍感熟悉从而产生亲切感,更能理解中国人为何如此爱戴济公,从而达到交际功能。

### 三、生态翻译学视角下浙江景区公示英译策略

景区语言环境是景区不可忽视的部分,其公示最主要的目的是提供有效的旅游信息服务,并在此基础上引导和传播浙江独有的历史文化,使游客获得最佳的旅游体验。因此,景区公示语的翻译和制作十分关键,只有不断提高景区公示语翻译质量,提升景区语言服务水平和质量,才能充分发挥旅游景区社会、经济和文化效益。本文将通过充分适应其中的生态翻译环境,并在此基础上,运用语言、文化、交际三个维度,对我省景区公示英译的完善提出相对应的建议。

#### (一) 语言维的适应性转换

在生态翻译学中,语言维的适应性转换是指在英译过程中语言形式的适应性选择转换,这种转换包括语体风格、遣词造句、句式结构、行文风格等。因此,在景区公示英译中,译文既要保证与原文意思一致,又要遵循译语表达方式和语言习惯。

横店影视城清明上河图景区公示如下:(景区)是以北宋画家张择端的《清明上河图》为蓝本,结合北宋时期的社会背景、民俗及古建特色,按照影视拍摄的需要建造起来的,再现了千年前北宋东京汴河漕运的繁华景象及市井生活、民俗民情。该公示语原文采用“以...为蓝本,结合...特色,按照...需求,再现...景象,给人...感觉”排比句式,一逗到底,严谨而简练地介绍了清明上河图景区建造背景和景区特色,激发游客游览兴趣。若按照源文语序翻译,外国游客或许抓不住重点,难以理解。译者在准确理解原文基础上,对文本表达做出句式结构方面适应性选择转换,重构句子,巧妙地解决这一难点。译者将句子拆分成两句,首句说明清明上河图景区建造背景,译为:(景区) was built based on the blueprint...;第二句介绍景区特色,译者把握住原文“再现...特点”重点内容,适应性地调整语序,以代词“that”作形式主语,把“结合...特色,按照...需求”处理成真正主语,谓语句用“再现”,以突出景区特色。其句子结构为:That ( it combines ...with the requirements of ... ) recurs the prosperity urban life ...。该译文做到了既能准确地传达原意,又符合译语的表达习惯,不失为一篇高质量译文。

#### (二) 文化维的适应性转换

文化维的适应性转换是指译者在英译过程中,不仅要注重源语文化“原汁原味”的传递,还要关注中、英文文化内涵,尽可能扫除由于文化差异形成的文化障碍和文化误解。景区公示语的重要功能之一为在目的语中传播源语的文化精神,因此英文公示只有被外国游客理解才有意义。如曲院风荷是杭州西湖十大景点之一,以荷景闻名。据记载,曲(麴)院原是南宋的宫廷酿酒作坊,位于西湖旁,广种荷花,每逢夏日微风吹拂,酒香与荷香飘逸,令人陶醉,清代康熙题名为“麴院风荷”,麴为曲的繁体字,由此得名。译者将“曲院风荷”翻译成“Lotus in the Breeze at

winding Courtyard”。Winding 作为形容词,意思是不直的;弯曲的,扭曲的。译者误解了“曲园”的意思,导致“移植文本”时也出现偏差。如果外国友人看到这个景点,说不定就会探寻院子的“弯曲”之处,形成名不副实的印象。笔者建议将“曲园”翻译成 Qu Yuan Courtyard,完整的景点名称翻译为“Lotus in the Breeze at Qu Yuan Courtyard”,这样既保留了曲院风荷的景点特色,又不会造成误解。

#### (三) 交际维的适应性转换

交际维度的适应性转换是指译者在英译过程中要注重对双语交际意图的适应性选择转换。为了达成交际目的,译者要在源语与译文读者之间对译文进行相应处理、转换和取舍,使译文读者从译文语境中获得最佳语境效果。在景区公示语英译过程中,译者既要充分利用景区的各种信息、知识,从公示语原文的语言内容、形式、文化等各个层面分析出隐于原文后的交际意图,从而找到原文信息与景区语境设定的最佳关联,获取交际的最佳语境效果。

如上述清明上河图景区公示语中两次提到“北宋”(北宋画家、北宋时期)这一文化背景,旨在传递景区建设背景信息和传播景区北宋这特定时期的历史文化。原译采用的翻译方法是直译,将“北宋”译成“Northern Song Dynasty”。对于不熟悉我国历史的外国游客,这样的翻译是毫无意义的。他们无法了解北宋历史年代及景区的文化内涵,甚至会对后面“千年”感到困惑,这就需要译者从跨文化交际的角度思考和处理,补充说明景区建筑的文化含义,若添加注释年份,则有助于外国游客消除文化障碍,更好地游览景区。

#### 四、总结

景区公示英译质量是景区语言服务能力和景区形象都重要体现,如何高质量地翻译景区公示是值得深入探讨和研究的问题。基于生态翻译学视角,景区公示语的英译可根据语言维、文化维、交际维等多维度、多层次进行适应性选择转换,以译出适合生存和发展的译文,发挥公示语应有的功能。

#### 参考文献:

- [1] 国家质量监督检验检疫总局, 国家标准化管理委员会. 公共服务领域英文译写规范: 第 3 部分: 旅游: GB /T30240.3-2017[S]. 北京: 中国标准出版社, 2017.
- [2] 胡庚申. 生态翻译学构建与诠释 [M]. 北京: 商务印书馆, 2013.
- [3] 夏康明, 范先明. 旅游文化汉英翻译概论 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2013: 61
- [4] 黄兰堞. 生态翻译学“三维”转换视角下的公示语汉英翻译——以桂林红色旅游景点为例 [J]. 中州大学学报 2020, 37 (03), 95-99.
- [5] 程建山. 基于生态翻译学视阈的旅游景点介绍文本英译探析 [J]. 牡丹江师范学院学报 (社会科学版), 2021 (02): 81-88.

本文系 2021 年度浙江省教育厅课题, 名称: 生态翻译学视角下浙江旅游景点公示语翻译研究 (项目编号: Y202147636) 的研究成果。