

中俄蒙经济走廊建设背景下乌兰察布特色产品 品牌俄译策略探究

白洁

(集宁师范学院, 内蒙古 乌兰察布 012000)

摘要: 乌兰察布特色产品是具有乌兰察布地域文化的产物。对于特色产品品牌的翻译是提高产品地位和品牌价值的有效途径,也是助力对俄贸易,促进出口的必要手段。有效准确的品牌翻译对于境外品牌推广和传播、提高出口额度具有重要的现实意义。本文以中蒙俄经济走廊建设为背景,以乌兰察布特色品牌俄译为研究对象,探究乌兰察布地区特色产品品牌的俄译策略,以期为扩大乌兰察布特色品牌在俄蒙市场的影响力做一点努力。

关键词: 特色产品; 品牌; 中蒙俄经济走廊; 翻译策略

一、乌兰察布特色产品品牌俄译的必要性

(一) 国家战略需求

2014年9月,中国国家主席在与俄蒙元首会晤时提出打造“中蒙俄经济走廊”。2015年,中俄蒙三国共同签署《中俄蒙发展三方合作中期路线图》和《关于编制建设中俄蒙经济走廊规划纲要的谅解备忘录》。2016年,中俄蒙共同制定出台《建设中蒙俄经济走廊规划纲要》。这一系列文件的签署也为内蒙古的经济建设提供新的契机。

乌兰察布市作为内蒙古自治区的东大门,处于中国正北方,具备独特的区位和交通优势。作为内蒙古自治区向北开放的重要节点城市,它是我国通往蒙古、俄罗斯和东欧的重要国际陆路通道。同时也是“草原丝绸之路”重要驿站,“中蒙俄经济走廊”重要桥梁和窗口,自治区党委十届八次全会明确指出:把乌兰察布市打造成为全区开发开放新高地。

为了抓住国家实施“一带一路”战略与“中蒙俄经济走廊”建设机遇,充分发挥乌兰察布优势,让乌兰察布的特色产品走出内蒙古,走向俄蒙,需要助力品牌推广。因此,对乌兰察布特色产品外宣时,需要一定的翻译策略,是特色更突出。

(二) 加强与俄蒙贸易往来的需要

乌兰察布要走出去,加快对外开放水平,做大做强外贸,必须有产业支撑,当然也必须加强与俄蒙务实合作,促进对外贸易发展。这就需要打造一批有影响力的特色产品,使之走向

俄蒙,进而迈向更广阔的世界市场。更重要的是,提高产品价值标识,推动特色产品更有效地在目标市场获得更广泛的产品认知,以此提高特色产品的销量,助力乌兰察布特色产品品牌拓展俄蒙市场。

品牌名是一个企业的核心竞争力之一,也是品牌外宣时不可缺少的“门面”。所以,乌兰察布市的特色产品品牌翻译也是做好俄蒙贸易的重要一环。品牌是一个企业产品或服务的标志。做好乌兰察布特色产品翻译,有助于传达产品文化理念,从而在俄蒙市场中更具有吸引力和辨识度。

二、乌兰察布特色产品品牌俄译现状

(一) 乌兰察布特色品牌现状

“中国薯都”,“中国燕麦之都”,“中国酸奶之都”……乌兰察布依托独特的地理环境,一步步打造属于自己的地域品牌。“后旗红”“塞主粮”“兰格格”成为当地老百姓耳熟能详的名字。“后旗红”品牌是乌兰察布土豆的代名词。该品牌创始于察右后旗,先后取得无公害蔬菜、绿色食品、地理标志产品、有机产品认证,成为网红“山药蛋”。“塞主粮”是一家致力于燕麦种植,燕麦食品加工、燕麦系列新食品开发、燕麦产品销售为一体的功能性生态农业企业。“兰格格”一家集乳制品研发、生产及销售于一体的自治区级农牧业产业化重点龙头企业、自治区级扶贫龙头企业。除了上述品牌外,还有一些品牌获得国家地理标志,如察右中旗红萝卜,丰镇月饼,卓资山熏鸡等,深受大众青睐。

为了更清晰地呈现乌兰察布的特色品牌,请看下表1:

表一: 品牌与特产对应表

品牌名称	对应特产	品牌名称	对应特产
后旗红	马铃薯	丰镇月饼	月饼
塞主粮	燕麦制品	老马清真食品	罐头、牛肉干等清真肉制品
兰格格	酸奶等奶制品	鸿茅药酒	药酒
卓资熏鸡	熏鸡等禽肉熟食	察右中旗红萝卜	红萝卜

(二) 乌兰察布特色品牌翻译现状及策略研究

目前,专门针对乌兰察布特产的翻译研究较少,其中俄语翻译凤毛麟角。特别是缺乏与乌兰察布特色品牌对应的俄语翻译,这也是俄语标准化翻译中的一大问题,也是制约乌兰察布名优特产推广的一大障碍。

翻译是一种以语言为载体的文化内涵转换为另一种文化形式的文化交流活动。翻译方法旨在解决翻译实践中的问题,达到理想的翻译效果,而翻译策略反映了译者如何在各种外部因素的制约下努力实现其翻译目的。所以,针对乌兰察布的特产,要通过翻译方法的有效运用实现翻译策略的提升,进而更好地服务于乌兰察布的特产走出去战略和品牌效力的提升。

当前一些中国知名品牌外宣翻译主要遵循以下几个翻译方法:(1)音译法,即按照品牌的汉语发音进行翻译,这种方法能保留原商标名的发音韵律;(2)意译法,即按品牌名的汉语词义进行翻译,传达出品牌的意义和理念;(3)音译结合法,即上述两种译法的结合;(4)创意译法,此译法是指摆脱原商标字面意思的束缚,通过词义拓展,用目标语将商品特质表达出来。

结合以上的翻译方法,我们对乌兰察布特色品牌的翻译策略做一个梳,并试图给出一个翻译示范,请看下表2:

表 2: 品牌名称俄译表

品牌名称	俄语翻译	翻译策略
后旗红	Ча-ю ХоуЦи Картофель с красной кожицей	音译结合法
塞主粮	овёс за Великой стеной	创意译法
兰格格	Лан ГэГэ	音译法
卓资熏鸡	копчёная курица по- чжоцзынски	音译结合法
丰镇月饼	юэбин по-фэнчжэньски	音译结合法
老马清真食品	Старый Ма мусульманские (халяльные) продукты	意译结合法
鸿茅药酒	Хун Мао лечебное вино	音译结合法
察右中旗红萝卜	Ча-ю ЧжунЦи красный редис	音译结合法

从上表来看,由于品牌名称多为某地的特产,所以名称中兼有地名,像后旗红,卓资熏鸡,丰镇月饼,鸿茅药酒以及察右中旗红萝卜,所以在翻译时,地名按照音译法处理,特产则采用意译法,音译结合,避免对于地名的误解。而老马清真食品由于其创始人姓马,所以品牌名称中涉及姓的翻译,采用音译,而清真食品则用意译法,音译结合更为完整地传递品牌名称信息。而兰格格这一品牌名称与清代王室称谓有关,当时对

皇族女儿称格格,而兰格格的兰又是乌兰察布的兰,同时与蓝色的蓝谐音,所以在翻译时采用音译法简洁明了,易于记忆。对于塞主粮这一品牌,由于品牌中并未体现特产燕麦,所以要在翻译时把主粮替换成燕麦,更突出品牌的定位,而塞字的翻译要根据意义来翻译,即塞外,这也体现了特产的产地和区域性。

对语言的理解很多都是以文化作为基础,汉语依托中华大地必然与外语存在文化上的差异,因此在翻译时,要避免文化差异带来的误解。针对乌兰察布的地方特产,我们在保留品牌名称原本内涵的同时,也要灵活运用翻译策略,从而更好地传递品牌价值,助力品牌对外推广和传播。

三、结语

特色品牌文本是一种特殊的文本类型,具有独特的特点。为了促进乌兰察布特色品牌在对俄贸易中的推广和传播,我们要规避翻译偏误,合理运用翻译策略。翻译本身是架构文化沟通的桥梁。因此,为了更好地传递乌兰察布特色文化,促进乌兰察布特产在更多的俄语国家和地区被更多的人民熟悉和接纳,俄语特色品牌翻译研究具有重要的现实意义。为此,进行翻译问题和翻译策略的探讨,以期提高乌兰察布特色品牌的国际市场竞争力,传播乌兰察布特色文化。

参考文献:

- [1] 李秀琴.以地域文化为依托促进地方特产外宣策略——以衢州特产外宣为例[J].中国商论,2022(01):129-132.
- [2] 廖婧,艾斌.目的论视角下出口食品包装文字英语翻译研究[J].食品工业,2021,42(11):288-292.
- [3] 熊春霞.乌兰察布打造俄蒙欧自贸区推进一带一路研究[J].商场现代化,2017(08):100-101.
- [4] 路玮,张金霞.饮食文化与品牌形象研究——中餐菜名的英译策略[J].安徽文学(下半月),2011(12):196-197.
- [5] 方仪力.直译与意译:翻译方法、策略与元理论向度探讨[J].上海翻译,2012(03):16-20.

课题:集宁师范学院科学研究项目 中俄蒙经济走廊建设背景下乌兰察布特色产品品牌俄译研究 jsky2021090

作者简介:白洁(1984-),女,呼和浩特人,硕士研究生(博士在读),讲师,俄语语言文学,翻译,俄语教学。