

探究晋商文化外宣翻译的现状与策略

缙慧权

(山西省财政税务专科学校 山西太原 030024)

【摘要】近年来,以商业诚信文化为核心的晋商文化在对外交流中的外宣翻译日趋重要,然而,外宣翻译中存在的问题严重影响了晋商文化外宣翻译的质量,也阻碍了晋商文化乃至山西形象的进一步传播推广。本文在阐述晋商文化外宣翻译的主要内容、存在问题基础上,结合翻译学的相关理论,深入探索了促进晋商文化外宣翻译优质、高效的有效策略。

【关键词】 晋商文化; 外宣翻译; 策略

DOI: 10.18686/jyfzj.v3i12.68206

1、晋商文化外宣翻译的主要内容

随着时代发展与社会进步,曾经辉煌的晋商文化在现代市场经济体制运行的环境下再次受到了人们广泛的关注,晋商文化蕴含的诚信经营理念及商业精神,不仅为现代社会经济发展提供了积极有益的参考,也是了解山西文化不可或缺的重要步骤。晋商文化的外宣翻译内容一般包括以下几个方面。

一是晋商文化所蕴含的人文思想。晋商重仁义、诚信,晋商文化中注重以义制利、无信不立,即将仁义、诚信作为生意的准则,如晋商文化中的商帮集团精神、创业精神、汇通天下精神等。

二是晋商文化中的儒家思想。晋商大部分都有一定的学识,遵循儒家厚德载物的思想传统,他们通常胸怀天下,对于商人他们相互合作、扶持,虽然没有官职,但是为天下苍生取利,儒家思想与商业活动的融合,形成了契合时代与社会发展的商业理念,并逐步发展成为独具特色的晋商文化。这些思想也体现在山西社会生活的方方面面,如会馆文化、商业遗址、经营管理模式等。

三是晋商文化代表的人物及商业发展历史。晋商在我国乃至世界范围内取得了许多突出的成就,在晋商文化外宣翻译中,常常也以这些代表人物的行为方式、经营特点及价值取向等,展现晋商文化的民间商业精神。如创立山西票号的金融业鼻祖——雷履泰等。

2、晋商文化外宣翻译存在的问题

2.1 信息翻译不够精准

首先,晋商文化外宣翻译的信息还存在着语法词汇错误较多、信息传递不够清晰准确等问题,尤其是语法、语义及词汇选择的错误比较突出。如“雷履泰展馆”被译为“leilvtai Exhibition Hall”,按照英语文化来翻译,应为姓在后名字在前,因而正确的翻译应为“Lvtai Lei Exhibition Hall”。

此外,在晋商文化的外宣翻译中,很多未能从受众的角度进行更有意义的翻译,尤其是晋商文化与传统文化联系密切,生硬、不准确的翻译很难展现晋商文化的独特性,如晋商时期商人用“仁和、诚信”理念来表达生意兴隆的根本,如“生意兴隆通四海,财源茂盛达三江”的翻译“Business is booming, the world is connected, and the financial resources are prosperous, reaching three rivers”,将“三江”翻译成“three rivers”,未能体现出晋商文化的大气、包容。

2.2 外宣翻译语种及内容相对单一

目前,晋商文化外宣的语种主要为英语,难以满足韩国、日本等国家及人群对晋商文化了解的需求,也不利于传播山西文化的特色及形象。并且晋商文化外宣翻译的内容比较单一,大多集中在一些旅游景点的翻译上,关于晋商文化形成及历史

发展脉络,缺乏系统性的外宣翻译,不利于受众建立对晋商文化更加全面、深入的认知。

2.3 翻译层次较肤浅

由于晋商文化内涵丰富,在进行外宣翻译时,如果翻译不够精准,将影响了人们对文化内涵的认知。如“平遥古城”的译名为“Pingyao Ancient City”,虽然从字面翻译的角度来看,这一翻译没有语法错误,但是可能导致地名翻译流于表面,未能真正展现出平遥古城深厚独特的历史文化内涵,也无法激发人们了解、认识平遥古城背景的心愿。又如在晋商文化中代表地点乔家大院的翻译,如果简单翻译为“Qiao's Courtyard”或是“The Qiao's Family”,也会让游客对该建筑及其创始人缺乏深入的理解,这样形式化的翻译难以充分展现晋商文化的历史底蕴。

2.4 新媒体融合不足

近年来,随着网络信息技术的发展,语言文化交流更加对便捷,山西一些旅游景点积极利用公众号、短视频、移动端APP等进行宣传推广,但是在外宣翻译上,还未建立起准确、全面、可靠的媒体传播机制,目前基本还是通过广播、文本等传统媒介进行文化外宣,这些形式与国际化信息化的文化交流实际存在较大的差距,也不利于建立对现代山西的正确认知。

目前,晋商文化外宣翻译传媒主要集中在山西政府宣传部门以及官方媒体上,结合专题活动、日报、广播等进行外宣翻译,总体来看,晋商外宣文化等媒体应用途径还比较窄,关于晋商文化等官方英文报纸、网站等还没有建立,新媒体等应用也还未起步,影响了晋商文化外宣翻译的传播。

2.5 专业人才匮乏

晋商文化外宣翻译是山西对外贸易、旅游文化宣传推广的必要路径,但是目前来看,关于晋商文化的外宣翻译无论是数量还是质量,都无法满足山西对外交流的需求。目前,关于山西文化的翻译文本数量、系统性均严重不足,相关旅游景点的外文翻译也比较随意,缺少专业性。

3、晋商文化外宣翻译的策略

3.1 加强与受众文化心理的对接

为进一步增强晋商文化外宣翻译的效果,应在深层次把握翻译语种与汉语差异的基础上,充分结合不同文化思维特点及习惯进行恰如其分的翻译,如英语语言强调逻辑性,各个句子依靠语法结构及功能词进行连接。因而在翻译过程中,可灵活运用增译、直译、减译、意译等方法,提升晋商文化外宣翻译的层次,在促进受众对晋商文化准确、恰当理解的同时,能够充分展现晋商文化的特色。

山西相关部门应为晋商外宣文化翻译提供资金、技术等支持,为外宣翻译人才提供更加便捷、高效的环境,基于国际惯例和国外受众的需求确立晋商文化外宣翻译的方式、标准,

使晋商文化外宣翻译更易于为受众接受、认可。

3.2 拓展晋商文化外宣翻译内容体系

晋商文化在外宣翻译中,要积极突破以乔家大院、王家大院、常家大院等名院以及晋商名流为重点的外宣局面。山西政府相关部门应加强对晋商文化挖掘,将晋商时期的政治、文化、地理、社会等背景进行恰当的融合,构建更加全面、多维度的晋商文化外宣内容体系。尤其是对一些历史久远、珍贵的文物、古籍资料,要整合相关领域的专家,对晋商外宣文本进行统一、规范,形成准确且不断完善的外宣文化内容,使受众对晋商形成更加准确、深层次的理解。

同时,加强晋商文化内涵的调研,充分整合各类晋商文化资源,明确晋商文化外宣翻译的标准与要求。充分利用信息化技术,整合媒体资源,利用“一带一路”发展战略,推动晋商文化走出去战略的实施,将晋商精神传承与产业结构转型升级结合起来,为新时代推广山西经济持续、健康发展提供有力支持。晋商文化外宣翻译应紧跟山西形象宣传推广的要求,开展专题化的晋商文化外宣翻译品牌创建,充分发挥晋商文化外宣翻译在促进文化交流、推动经济转型升级等方面的功能。

3.3 深化外宣翻译的层次

语言信息的翻译不仅仅是不同符号的转换,更需要传达不同文化的精神,晋商文化有着数百年的历史,内涵丰富、独特,如果只是简单的语言文字转换,很难展现晋商文化的深厚内涵。在晋商文化外宣翻译中,应从宣介优秀传统文化的目标出发,将外宣翻译文本进行灵活的翻译,最大程度地展现晋商精神媒体,吸引受众对晋商文化进行深度探索,用语言构建生动、真切对情境,彰显山西文化古城的魅力,更好实现晋商文化外宣翻译的目的。为进一步深化外宣翻译的层次,翻译者应在强化翻译理论基础的同时,也应加强对晋商文化把握,只有在对晋商文化建立更加强大自信与自豪感基础上,才能利用翻译技巧,达到外宣翻译的交际功能。

3.4 优化外宣翻译的传播媒介

晋商文化外宣翻译既是语言文化转换,也是文化的交流与

传播。为提升翻译的效果,山西外宣应紧密联系时代发展与受众语言交际的实际特点,充分利用互联网信息技术的优势,通过短视频、直播等新媒体技术,将晋商文化的外宣翻译以图、文、声音、视频等多种形式融合的方式呈现、传播,激发受众对晋商文化的兴趣,也进一步促进受众对晋商文化的全面了解。

山西政府相关部门可利用网络信息技术、大数据技术等,建立基于多语种的晋商文化外语语料库,并将语料库与官方网站、官方社交媒体等进行及时准确对接,为翻译者提高翻译质量与效率提供积极的支撑。

3.5 加强晋商外宣文化翻译人才的培养

山西相关部门应结合经济、社会及文化发展需要,加强对外宣翻译人才的培养,通过与高校、翻译协会等机构合作,建立晋商文化外宣翻译人才储备库,通过专业、针对性的培训,建立高质量的晋商文化外宣翻译人才队伍。提升翻译文明在语言、文化及交际等环境下的适应性。在外宣翻译人才的培养中还应强化译者的全球化、主体性思维,推动译者从中国优秀传统文化的角度出发实现晋商文化的国际输出。

4、结论

综上所述,晋商文化外宣翻译很大程度上影响了国际受众对山西乃至中国文化的认知。为进一步强化晋商文化外宣翻译的系统性,政府相关部门及翻译者应重视对晋商文化内涵的挖掘,完善晋商文化外宣翻译的内容,培养专业的外宣翻译人才队伍,强化晋商文化外宣翻译在中华优秀传统文化传播中的功能,为推动“文化强国”战略目标的实现发挥应有的作用。

课题信息: 山西省科技厅 2019 年度软科学一般项目

课题名称: “一带一路”视域下山西外宣翻译研究——以晋商文化为例

项目编号: 2019041034-4

参考文献

- [1] 刘士祥,朱兵艳. 旅游文化汉英翻译:归化与异化——以海南国际旅游岛为例[J]. 河北联合大学学报(社会科学版),2014,(4):110-113.
- [2] 刘慧婷. 阐释学视角下央视纪录片《晋商》解说词的英译[D]. 江苏:苏州大学,2015.
- [3] 黄晓宁. 跨文化传播视角下晋商大院旅游资料的翻译实践报告[D]. 湖南:湖南大学,2014.
- [4] 李娟. 文化翻译观指导下的景点旅游资料英译研究[J]. 吉林广播电视大学学报,2015,(11):157-158.
- [5] 白凌. 山西星级酒店晋菜菜单英译问题与对策[J]. 开封教育学院学报,2014,(10):24-26.