

外语导游如何在翻译过程中传递中国旅游文化之美

杨彪静 李 美

(大兴安岭职业学院, 黑龙江 大兴安岭 165000)

摘要: 在外语导游带团过程中, 要接触到不同国家不同文化背景的游客, 在与游客交流介绍自己国家旅游景点及其文化时, 不仅仅是经济收入的问题, 也关系到在外宾前过自己的介绍, 把本国的优秀文化如何对外输出的问题, 要担负起自己在跨文化交流中的责任, 就要掌握如何在翻译过程中传递中国旅游文化之美, 对于外国游客来说, 中国是有着泱泱五千年文化的文明古国, 缺乏深厚的文化底蕴, 理解其中国文化, 其实不容易, 但如果遇到好的外语导游, 一定会收获加倍。

关键词: 外语导游; 文化桥梁; 翻译技巧; 注意事项

一、外语导游角色定位

外语导游主要是接待外宾, 通常外语导游应该持有中华人民共和国(外语)导游资格证书和导游证, 受旅行社委派, 按照接待计划, 从事陪同外宾参观游览, 通常我们也会成外语导游为导游翻译。在旅游过程中, 由于语言障碍和跨文化背景, 接待过程中游客的食住行游购娱全程依赖于导游安排, 更重要的是, 游客对目的地的旅游体验, 主要依靠导游的解说。

二、外语导游在翻译中传递旅游文化中遇到的问题

在旅游文本中, 相较于语言问题, 翻译文化问题更加复杂化, 处理难度较大。中华文化拥有长远的发展历史, 旅游翻译信息十分丰富, 如考古、建筑、艺术等方面。面对文化背景差异的影响, 如何将旅游信息传递给外国游客, 成为外语导游面临的重要问题。翻译人员不仅要拥有广泛的知识、深厚的文化底蕴, 还要拥有较强的跨文化意识、双语能力。但是, 在外语导游翻译中, 容易遇到以下问题。

(一) 存在文化误解

通常情况下, 若外语翻译对相关国家文化、历史不了解, 没有查找具体的文献资料, 直接按照个人理解、字面意思进行翻译。比如, 对于汉高祖刘邦封其长子刘长为淮南王这段话, 若不熟悉这段历史内容, 容易错误标注读音, 影响外国游客的理解。

(二) 出现文化缺省

这一现象出现在双方交际过程中, 对于两者都了解的文化背景, 外语导游需要在翻译中重视起来, 若忽略这部分内容, 则会出现文化缺省现象。由于思维方式、社会制度、文化背景不同, 在了解一些具有特殊文化含义的文本时, 外国游客容易遇到困难。这时, 外语导游需要灵活调整, 及时补充相关信息。比如, 在介绍花挑舞时, 若无法传递词语中的文化信息, 外国游客无法了解文化内涵, 难以达到跨文化交际的目标。

三、外语导游在翻译中的注意事项

(一) 树立文化意识

外语导游的翻译工作, 包含了笔译、口译两部分。在正式开展导游讲解前, 外语导游需要完成汉译英的工作, 整理出导游词, 再开展汉英翻译的口语工作。由此, 外语导游翻译工作具有极强的现场感、多元化、全面性特点, 人员既要“博采众长”, 又要能烘托表演气氛和效果。作为古文明国度, 中国的人文文化十分丰富, 侧重人论、意会, 价值方面注重群体意识。外语导游要承担起文化传播的使命, 主动树立文化意识。对于自然旅游资源、人文旅游资源的内容, 外语导游都应从文化角度做好转化工作, 为不同文化沟通打下基础。所以, 导游应在翻译前了解中西方文化的不同, 如心理文化方面。具体表现上, 英语的功能性更强, 汉语更具形象性。西方人通常按照从小到大的排列顺序, 中国人则按照从大到小的顺序排列。现代汉语是从象形文字发展而来,

导游可运用精美的汉语解说词汇, 展现“鸟兽虫鱼”“日月水火”形象化、生动化的形象, 而英语语言侧重描述功能, 很难真正还原形象性内容。以“伊水北流”“山口”“龙门”“洛阳”等词汇, 每个字词都蕴藏独特的文化含义, 而按照英文的方式理解, 龙门对应着 Long men, 国外游客难免会出现误解, 将其理解为“很长的人”。

(二) 深入了解语域

因人群、地区、时间不同, 人们在使用语言时, 会出现各种变体。其中, 适用于特定使用范围的语言是语域。在外语导游翻译工作中, 人员需要了解广泛的内容, 在使用语言交流时, 会遇到各种人物与环境。所以, 在翻译中国旅游文化时, 外语导游应分析英汉语言的不同语域, 如非正式语和正式语、书面语与口语、普通语与专业语。在翻译过程中, 外语导游应正确选择语域, 合理传递双方信息, 使得所讲内容能够打动和影响对方, 不仅要使受语者了解语言内容, 还要使其明白内容中带有情感和感受。

(三) 不应逐字对译

在外语导游开展翻译工作时, 需要尽可能地避免“逐字对译”, 应分析具体情况和内容, 再动笔或动口翻译, 翻译出合乎语境、符合时代的英语。由于汉语言拥有复杂的语境, 相同的词语拥有多种含义。所以, 在翻译前, 导游应深入了解词句在语境中的具体意义。比如, 在举办世界旅游日的活动时, 各个单位都会邀请游客参加。在汉语宣传语中, 出现了旅游组织者、旅游单位、旅游日等词汇, 但不能逐字翻译。

(四) 避免文字重复

汉语文字中存在诸多重复现象, 不仅存在重复的同义语, 人们在语言交流中还会运用各种叠字, 这也是汉语的特点, 其重在呈现某种现象或事物。但是, 若按照僵硬的方式翻译, 忽略汉语表达与英语语言的不同特点, 容易使英语表达重复, 无法清晰表达英文内容。比如, 在少林寺旅游景点, 会重复出现少林功夫、少林寺等字眼。若被中文思维限制, 外语导游无法翻译出符合英语语用习惯的句子。因此, 导游应按照英语表达方式, 达到预期翻译效果。

(五) 避免滥缺主语

在文化背景和语用习惯的影响下, 只要表意清晰, 人们在日常生活中也会省略主语, 不会影响人对句子的理解。但是, 在完全翻译成英文后, 若句子缺少主语成分, 外国游客听得云里雾里。所以, 在翻译中国旅游文化内容时, 导游应结合实际添加主语。比如, 在介绍龙门石窟时, 受传统行为规则、文化习惯影响, 汉语表达方式存在一定的随意性, 导游讲解的汉语内容更具传统文化特点。所以, 在翻译传统文化内容时, 导游应注意英语与汉语的差异, 不随意运用无主语的句子, 避免英语表达缺乏地道性。

(六) 规避“主动影响”

通常情况下,任何语言都存在被动结构和句式。但是,在英语与汉语两种语言中,相较于汉语,英语语段中出现被动语态的频率更高。所以,在翻译内容时,导游应认识到这点差异。在汉英翻译时,要以被动替代主动,在句子的主语位置,放置主要问题,引起人们的注意,介绍简单的内容。例如,在关林庙附近新设了许多设备。导游可根据英汉语言的构成差异,通过调整动词,构成被动语态。英汉的被动语态分别有“形合”“意合”的特点,前者是通过调整动词达到要求,后者是通过增加表示被动含义的字词,如“受”“由”“被”等。汉语被动语态使用范围不够广泛,在英语中,若遇到不需要说出主动者、不知道主动者的情况,都可运用被动句。所以,在翻译中国文化内容时,导游应清晰认识上述特点,不应被汉语表达方式和句型影响,将汉语表达的内容转化为英语被动语态,这一过程是导游介绍、传播中国优秀文化的过程。所以,导游应深入了解和研究汉语原文,并采用正确、地道的英语表达习惯,传递汉语的基本信息与感受。

四、外语导游如何在翻译过程中传递中国旅游文化之美

(一) 运用优美语调,精通外语

外语导游并非是一般的翻译和导游人员,在旅游企业中发挥着重要作用。在地方政府和国家的委派下,外语导游需要友好接待外国游客,成为国内外交流的“使者”。所以,外语导游应拥有娴熟的外语交流功底。外语能力是导游传播旅游文化的工具。当前,英语语言包含美式英语、英式英语两种,前者时刻在出现变化,后者保留着以往的英语特点。在与外国游客对话时,外语导游应将语音语调放在重要地位,只有控制好语调和语音,才能更好地传情达意。导游不仅要使语言具有变化性,还要正确地运用语调,使整体表达效果自然而亲切、动听且悦耳。凭借语言语调的感染力,可感染旅游的五情绪。同时,外语导游需要具备优美、准确表达的口语能力。在使用外语讲解旅游文化时,导游会受外语文化和母语文化的心理影响。由于母语的思维定势,导游在沟通中会不自觉地使用母语表达习惯,影响外语表达效果,这就需要外语导游精通外语,拥有过硬的英语水平,轻松地介绍旅游景点、风土人情。

(二) 了解民族文化,注重文化传播

从工作形式上看,外语导游翻译工作是一种表达语言的工作形式。从具体内容上,导游需要理解两种语言文化。旅游文化之美,需要依靠导游的介绍。若导游缺乏丰富的知识,或采用套餐式的讲解方式,人们将失去游览的兴致。旅游与文化存在密切联系,旅游产业是文化资源衍生得来,旅游文化体验十分重要。作为提供旅游服务的人员,导游在工作中,带领游客了解中国旅游文化,并交流文化。因此,外语导游应拥有民族文化方面的储备,不仅要结合实际情况,了解多方面的知识,还要结合经常介绍的景点,了解相关人物、传说、史料、事件。外语导游应深入分析和理解文化知识,只有自身理解透彻,才能从传统文化角度,介绍中国文化对艺术领域的影响。受限于接待的空间和时间,外语导游应根据外国游客特点,抓住讲解特点,从某方面介绍中国文化特点和内容,高质量地宣传文化。此外,外语导游应勤于思考和分析,根据自身性格和爱好,设置民族、饮食文化、建筑方面的专题,开展具有欣赏价值、旅游价值、文物价值、历史价值的学术研究,发展某方面的专长,掌握某一门专业知识。这样,外语导游可提升对外文化传播效果,提升民族文化传播力度。

(三) 传播特色文化,避免文化冲突

以往,国外旅游者是为了度假,当前越来越多外国游客更青

睐获取信息、增长见识、丰富阅历。为满足外国游客修,外语导游应主动传播具有特色的文化景观,主动了解不同地区的风俗习惯、文化。比如,中国人民运用勤劳的双手,造就了独具特色的风俗人情、多样化的文物古迹、引人注目的美味佳、精湛的手工艺品,这些将历史人文景观与自然景观融合起来,打造出具有中国特色的旅游文化内容。因此,外语导游人员应善于运用优美的语言形式,描述不同景点的四季变化,将游客带入唯美的旅游时空,宣传国内特有的文化。但是,在翻译各个地区景点的旅游资料时,应尊重不同国家的文化差异性。语言文化含义极其复杂,若无法将语言的表达方式与字面意义对应起来,就容易出现文化理解错误,外语导游还应在翻译时,全面的考量不同文化的社交规则,避免出文化冲突。

(四) 拥有渊博知识,讲究外交技巧

外语导游的服务是一项知识密集型的工作。所以,外语导游不仅要拥有渊博的知识,还要精通“外交”技巧,将中国辉煌的旅游文化、壮丽的山河和灿烂的文化传达给游客。部分外国游客缺乏对中国的了解,难免会对相关的文化产生误解。这时,外语导游不应与对方争辩,应通过表达自身对祖国的热爱,耐心地介绍文化内涵,避免游客产生偏见。若游客坚持个人的观点,导游应坚持求同存异的原则,不应为了讨好对方大声附和,应讲究沟通的技巧和策略,使其认识到身为异乡游客,应“入乡随俗”,使其主动领略中国旅游文化的特色,配合导游开展相关工作。

(五) 熟悉国内情况,了解各地非语言行为

在跨语言文化交际中,由于空间和时间因素影响,非语言行为会影响人们交流。因此,外语导游应从跨文化交际角度入手,主动了解外表语、目光语、辅助语、美声语、身势语、体距学等常识,为导游工作开展打下基础。如时间意义、使用和相关交际行为,导游容易在入境旅游接待中遇到问题。在西方国家,有生活节奏较快,人们行为十分匆忙。在人们沟通时,西方人习惯性地开门见山,也会适当地花费一些时间讨论旅游、棒球、天气。而印度尼西亚人则不同于前者,他们不希望匆匆地完成事物,或面对各种压力。在他们的眼中,时间是灵活多变、可伸缩的。在非洲地区,人们形成了慢节奏的生活规律。由此,与其他国家相比,美国、英国的旅游者节奏更快。所以,外语导游应主动分析不同地区与国家的非语言行为方式,在接待时尤其要关注人们对时间的态度,顺利完成导译任务。

五、结语

综上所述,在国际旅游行业,若缺乏专业的外语导游,旅游是缺乏灵魂的。在新时代下,提升外语导游专业能力、外语能力、知识水平,关乎中国旅游文化的传播。因此,外语导游应具有扎实的母语文化,掌握娴熟的外语能力,对比两种文化,并根据时代需求,定时更新导游内容、语言,更好地向世界传播中华旅游文化,让更多人感受中国文化之美。

参考文献:

- [1] 张心怡. 探析旅游文本汉英翻译中的文化交流与传播——从功能翻译理论指导角度探析[J]. 传媒论坛, 2021, 4(2): 3.
- [2] 赵铮. 中国文化“走出去”战略下陕西旅游文化生态翻译研究[J]. 湖北开放职业学院学报, 2021, 34(5): 3.

本论文为黑龙江省教育科学规划课题《文旅融合背景下中国旅游文化课程的改革与创新》(课题编号: ZJB1422098)研究成果。