

中国（横县）茉莉花文化节外宣翻译现状调查研究

梁晓秋 姚 康

（广西外国语学院，广西 南宁 530222）

摘要：本研究旨在通过实地考察、问卷调查以及访谈的形式来了解中国（横县）茉莉花文化节的外宣翻译发展现状。研究发现，该文化节采用多种新兴手段来进行对外宣传，但对外宣翻译的特点、目的、重要性和质量缺乏关注和重视。笔者希望横县县政府能够重视外宣翻译，以此来提高中国（横县）茉莉花文化节在国内外的影响力与知名度，从而推动中国横县茉莉花产业的发展。

关键词：横县；茉莉花文化节；外宣翻译；调查

一、背景介绍

横县是“中国茉莉之乡”，并享有“世界茉莉花和茉莉花茶生产中心”的美誉。每年恰逢夏日，茉莉花花开之时，大量的国内外嘉宾、客商慕名而来，参加中国（横县）茉莉花文化节。为了促进当地的经济增长，横县希望借助这一窗口来大力宣传茉莉花文化，把横县的茉莉花产业带向全国、迈向世界。

对外宣传是一个国家或地区塑造形象、与外界接触的重要通道，有利于提高其在国际环境中的影响力，而外宣翻译则在这一过程中扮演着重要的角色。对茉莉花文化节进行外宣翻译，可以向世界传播来自横县的声音，进而提升横县的知名度，推动当地产业茉莉花产业的发展。本研究旨在通过对中国（横县）茉莉花文化节的外宣翻译现状进行调查，发现其中不足之处，并提出合理化建议。

二、文献综述

（一）外宣翻译

外宣翻译在我国历史悠久，追溯到上个世纪七八十年代，伴随着改革开放政策的潮流，中国开始打开国门与世界接轨，对外宣传任务和对外交流的机会迅速增加。然而，相对于外宣翻译实践的繁荣兴盛，外宣翻译研究却相对滞后。自从进入 21 世纪以来，我国不断增加与世界其他国家的交流机会，尤其是在中国文化“走出去”和“一带一路”这两大国家战略提出之后，对外宣翻译的需求呈指数增长，外宣翻译实践也越来越多。

上世纪九十年代，段连成先生（1990）“呼吁：请译界同仁都来关心对外宣传”的研究，引起了众多学者对外宣翻译的关注和兴趣。之后，爱泼斯坦、林戊荪和沈苏儒（2000）三人为了促进外宣翻译的发展，共同呼吁国人重视对外宣传中的外语翻译，并且当时得到了任中央外宣办的赵启正主任的批复支

持。黄友义（2004/2005）连续两年在《中国翻译》上刊文，总结外宣翻译的发展现状，呼吁译界和学界关注外宣翻译质量，提出“外宣三贴近”原则。徐薇（2017）诠释外宣翻译的定义，即翻译对外宣传的材料。而在我国，外宣翻译的主要工作是将中文译成英文，或者是其他外文，以不同的语言文字向世界输出中国优秀传统文化。近几年，宋平锋、孙吉娟（2018）又重复强调段连成先生早期的文章，足以看出外宣翻译对我国发展的重要性。

（二）中国（横县）茉莉花文化节的研究现状

王建晖、龚正礼（2002）分析与探索茉莉花带给横县的经济效益、茉莉花的种植及技术措施、茉莉花的销售状况以及存在的问题。陶玉梅（2009）发现茉莉花产业现正面临着企业技术含量低、产品深加工少、名牌产品建设需要加强等问题。张林、张中秋（2012）从产业与环境角度对茉莉花的特色产业进行分析和具体研究，提出了相应的创新战略。许树辉、肖海平、左盘石（2013）围绕“茉莉花”这一核心，加快构创“茉莉花”系列旅游产品的开发与发展。蒙菊花、农明奇（2017）提到了横县茉莉花产业进军东盟市场的背景，还分析了茉莉花的产业经济战略，这把横县茉莉花产业放在东盟背景下，形成了区域特色产业。

综上所述，有关中国（横县）茉莉花文化节的旅游开发和产业发展，迄今为止已有不少研究，已经具备一定的研究基础，但对中国（横县）茉莉花文化节外宣翻译的研究则几乎为零，因此中国（横县）茉莉花文化节的外宣翻译研究有待进一步拓展。

三、研究设计

（一）研究问题

本调查的研究问题为三个方面：

1. 关于中国（横县）茉莉花文化节是否有中英宣传视频？

2. 关于中国（横县）茉莉花文化节是否有中英宣传手册？
3. 中国（横县）茉莉花文化节外宣翻译的内容和程度如何？

（二）研究对象

调查对象是横县的本地居民，来自不同的年龄层和不同的工作岗位。值得强调的是，调查对象来自横县政府工作人员的人数约占全部调查对象的20%。选择上述政府工作人员作为调查对象，主要是因为他们住在横县本地居住了十几年甚至几十年，且对中国（横县）茉莉花文化节有一定程度的了解，这样调查的数据也更有说服力和可信度。

（三）调查工具

本研究采用实地考察、问卷调查、访谈的方式进行。

实地考察重在观察和记录中国（横县）茉莉花文化节期间是否有中英宣传视频发布，是否有中英宣传手册发放。

调查问卷在工作人员的细心指导下完成，且告知被调查者本次调查问卷只是为了了解中国（横县）茉莉花文化节的外宣翻译现状，结果只需反映客观事实，没有标准答案。调查问卷共9个问题，其中单选题8个、多选题1个，均以选择题的形式呈现。单选题主要从以下几个方面的内容进行调查：

1. 受访者的年龄；
2. 对茉莉花文化节的认知；
3. 对茉莉花文化节的了解途径；
4. 对茉莉花文化节的了解程度；
5. 对参与茉莉花文化节的兴趣；
6. 在横县茉莉花文化节期间，外国游客是否明显增加；
7. 横县茉莉花文化节是否有双语（中英）宣传材料；
8. 是否有必要扩大对外宣传的力度；
9. 为了扩大横县茉莉花文化节的影响力，应该采取什么措施。

访谈。

访谈问题有7个，均以简答题的形式来呈现。访谈对象共1人，是广西横县县政府宣传部的一位领导，职位为股长。访谈过程是在工作人员的监督下完成的，且告知受访者本次访谈内容会用到该调查报告中。访谈问题为：

1. 横县人民政府官网关于横县茉莉花文化节部分的浏览量；
2. “横县发布”公众号关于横县茉莉花文化节栏目的关注度；
3. 有关横县茉莉花文化节的视频在哪些平台宣传；
4. 横县茉莉花文化节在各个网络视频平台受关注程度；
5. 目前横县茉莉花文化节的对外宣传情况；

6. 现阶段横县茉莉花文化节对外宣传还有什么不足之处；

7. 对横县茉莉花文化节的外宣（国外宣传和国内宣传）工作有何建议。

（四）数据收集

2020年12月7日，当天早上，课题组成员到达横县，便去到中国（横县）政府宣传部门对中国（横县）茉莉花文化节进行详细了解，中午到达横县的中华茉莉园参观和调查。调查问卷采取限时在线、实地考察等方式发放和回收；问卷调查时间为2020年12月3日至2020年12月7日，发放60份，回收率100%。访谈采取实地面对面访谈，以纸质版笔记、录音等形式记录；由于中间受突发事件影响，课题组成员于2020年12月16日当天，再次来到横县政府，并与政府宣传部门取得联系进行访谈。

四、数据分析

（一）实地考察

通过实地考察发现，关于中国（横县）茉莉花文化节不仅有中英宣传视频，也有英文宣传折页。此外，县委宣传部近年来每两年制作一次横县茉莉花产业双语宣传片，在各个平台推送，并且在新华日报（英文版）中占有一定版面。但是英文折页主要是供到访的外国宾客浏览，其确切的宣传效果不得而知。

（二）调查问卷

根据调查问卷结果显示，调查对象在20-30岁年龄段的人数比例最大，占比为78.33%。而处于其他年龄层的只有少数几人，所占比例均在10%以内。如表1所示。

表1 受访者年龄

年龄层	人数	占比
20岁及以下	5	8.33%
21-30岁	47	78.33%
31-40岁	3	5%
41-50岁	3	5%
50岁以上	2	3.33%

在表2中，调查的60位对象中，有49人表示知道横县茉莉花文化节，另外11人则表示不知道，这部分人是不清楚茉莉花文化节的具体内容。因此，可以看出较大部分的人都知道横县茉莉花文化节，说明该文化节具有一定的影响力。

表2 对茉莉花文化节的认知

回答	人数	占比
知道	49	81.66%
不知道	11	18.33%

表3的数据显示,人们了解横县茉莉花文化节的方式多种多样,其中通过本地政府宣传知道的人数占比为63.33%,朋友谈论的占比为20%,学校宣传、家人谈论和其他的人数占比均不足10%。虽然表2显示小部分人不知道茉莉花文化节,但是通过某种宣传方式听说过“茉莉花文化节”,因此可以看出他们并非完全不知道该文化节,只是对活动内容不了解。由此看出,人们多从本地政府的宣传中知道茉莉花文化节,从侧面也可看出当地政府对于茉莉花文化节的宣传力度较大。

表3 对茉莉花文化节的了解途径

方式	人数	占比
本地政府宣传	38	63.33%
学校宣传	5	8.33%
家人谈论	1	1.66%
朋友谈论	12	20%
其他	4	6.66%

在对茉莉花文化节的了解程度调查中,“听说过,没接触过”的人数占比最大,“一点都不了解”占比最小,如表4所示。由此可看出仍有较大部分人仅听说过茉莉花文化节,甚至有16.67%的调查对象对该文化节毫无了解,说明该文化节对于横县居民的宣传力度有待加强。

表4 对茉莉花文化节的了解程度

了解程度	人数	占比
非常了解,参加过	13	21.67%
比较了解,较多关注	15	25%
听说过,没接触过	22	36.67%
一点都不了解	10	16.67%

对于参与茉莉花文化节的兴趣,调查显示83.33%的调查对象表示有兴趣参加该文化节,仅有16.67%的调查对象表示没有兴趣参加,如表5所示。由此可看出,横县茉莉花文化节对人们的吸引力很大。

表5 对参与茉莉花文化节的兴趣

回答	人数	占比
有	50	83.33%
没有	10	16.67%

关于在茉莉花文化节期间外国游客的参加情况,调查显示超过一半的调查对象对该问题表示不清楚,45%的调查对象的回答为“是”,如表6所示。因此可以看出该文化节在外国有一定的影响力,说明该文化节在国外的宣传有效果。

表6 在横县茉莉花文化节期间,外国游客是否明显增加

回答	人数	占比
是	27	45%
否	2	3.33%
不清楚	31	51.67%

关于横县居民对横县茉莉花文化节双语宣传材料的了解调查显示,超过半数的调查对象表示不清楚,3.33%的调查对象的回答是“没有”,如表7所示。由此可知,该文化节在双语宣传材料方面的投入不足。

表7 横县茉莉花文化节是否有双语(中英)宣传材料

回答	人数	占比
有	25	41.67%
没有	2	3.33%
不清楚	33	55%

关于扩大对外宣传力度的必要性,调查显示86.67%的调查对象表示有必要出双语宣传材料或宣传视频,没有调查对象认为不必要,如表8所示。由此显示,横县居民对于扩大横县茉莉花文化节在国内外的影响力较为重视。

表8 您觉得是否有必要扩大对外宣传的力度，
如出双语宣传材料或者宣传视频

必要性	人数	占比
有必要	52	86.67%
没必要	0	0%
都可以（可出可不出）	8	13.33%

对于扩大横县茉莉花文化节的影响力应采取的措施的调查中，绝大部分横县居民认为“邀请外宾，扩大覆盖面”“加大宣传力度，如政府外宣、网络平台宣传、公众号宣传等”“增加活动内容”这些措施会有较大效果，如表9所示。因此，横县政府可以考虑通过多种途径宣传茉莉花文化节，以此扩大该文化节的影响力。

表9 为了扩大横县茉莉花文化节的影响力，
您觉得应该采取什么措施；（多选题）

措施	人数	占比
邀请外宾，扩大覆盖面	41	68.33%
延长举办时间	30	50%
加大宣传力度，如政府外宣、网络平台宣传、公众号宣传等	51	85%
增加活动内容	44	73.33%
其他	2	3.33%

（三）访谈

访谈问题有7个，均以简答题的形式来呈现。访谈对象共1人，为中国广西横县县政府宣传部的一位领导，职位为股长。

1. 横县人民政府官网关于横县茉莉花文化节部分的浏览量

“一会一节”期间，“好一朵横县茉莉花”专栏共发布信息82条次，总的阅读量达30多万；#好一朵横县茉莉花#话题发布信息178条，话题阅读量累计达1298万次。

2. “横县发布”公众号关于横县茉莉花文化节栏目的关注度

今年茉莉花节有一个“发现横县好地方”的话题发在微信公众平台平台，浏览量达到一千多万。“第二届世界茉莉花大会”直播观看量为105万，“好一朵横县茉莉花”文艺晚会观看量是136万。

3. 有关横县茉莉花文化节的视频在哪些平台宣传

今年由于突发事件原因，“第二届世界茉莉花大会”采用

直播的形式，直播的平台有人民日报客户端、人民网、新华网、广西云客户端、新浪广西、南宁电视台、横县云、爱奇艺、优酷、微博等。

4. 横县茉莉花文化节在各个网络视频平台受关注程度

“2020年中国（横县）茉莉花文化节开幕大会兼第二届世界茉莉花大会”的图文视频直播，被人民网等10多家媒体平台直播推送，直播总观看量达105万；充分利用抖音等平台对会节进行宣传，总的观看量72万。活动还通过横县云APP等共同参与的“发现横县好地方”话题宣传，其中“横县发布”等微信公众号总的阅读量8.1万。

5. 目前横县茉莉花文化节的对外宣传情况

每年茉莉花节大概邀请国内50多家媒体，包括市级、区级、中央级媒体，比如：《中国日报》、中央广播电台、新华社、新华网、人民网、《人民日报》《光明日报》《中国青年报》等中央级媒体；广西电视台、《广西日报》《南国早报》等区级媒体。自媒体主要邀请新浪广西、今日头条等有影响力的媒体。并且还邀请了港、澳、台的一些媒体，如：《两岸时报》。

国外方面，主要邀请东盟一些国家的媒体。同时，今年也在马来西亚举办了推介会，宣传茉莉花产业。另外，邀请新华网与《中国日报》进行英文宣传，《中国日报》今年发布了两、三篇关于横县茉莉花产业的报道，为茉莉花文化节营造了氛围，而新华网发表的关于横县茉莉花节的新闻推送到30多个国家。

6. 现阶段横县茉莉花文化节对外宣传还有什么不足之处

- （1）“走出去，请进来”做得不够；
- （2）目前仅有中英双语的宣传材料和视频；
- （3）通过媒体渠道的宣传不够充分。

7. 对横县茉莉花文化节的外宣（国外宣传和国内宣传）工作有何建议

国外：（1）进一步加快“走出去，请进来”步伐，即多到其他国家开推介会，邀请其他国家的媒体到横县参观，甚至可以邀请欧洲和港、澳、台的媒体等；

（2）加大投入制作不同国家语言的视频和宣传资料，结合各个地方的语言特色做更多的宣传视频和手册，这样才能带来更大的国内外影响力；

（3）利用与新华网的合作将关于中国（横县）茉莉花节的新闻推送到30多个国家。

国内：（1）去年在杭州开品牌发布会，今年在北京开世界茉莉花大会的发布会，多到各大城市去宣传和开一些推介会，让更大城市的人去了解横县这朵茉莉花。

（2）利用时下最新兴的宣传形式来宣传，比如冠名从北

京到北海高铁列车“好一朵横县茉莉花”；更为进步的是搭载了“横县-茉莉花号”卫星的长征六号遥三运载火箭在太原卫星发射中心成功发射，标志着横县茉莉花产业的品牌宣传向卫星遥感领域迈向新的一步。

(3) 国内除了这些宣传形式以外，也应该和一些比较有影响力的主流媒体对接。

在访谈当中，可以看出横县政府注重对横县茉莉花文化的宣传，利用当前最新兴的宣传形式和手段来抓住人的眼球，并且宣传不局限于广西，还同东盟国家媒体进行合作，同时还邀请了港、澳、台的媒体。但是目前中国（横县）茉莉花文化节更多地是关注拓展外宣的途径，而对外宣翻译的特点、目的、重要性和质量缺乏重视和关注。

(四) 小结

通过实地考察发现，关于中国（横县）茉莉花文化节不仅有中英宣传视频，也有英文宣传折页。但是英文版宣传折页主要是供到访的外国宾客浏览，其确切的宣传效果不得而知。

通过调查问卷数据发现，中国（横县）茉莉花文化节的外宣翻译存在巨大的需求，数据显示大部分人都知道中国（横县）茉莉花文化节，但也有一部分人不了解甚至没有参加过茉莉花文化节，说明茉莉花文化节的影响力在横县还没有得到应有的重视。横县政府应加大对横县当地居民的宣传力度，要想在在外国有影响力，首先要在县内起到一定的知名度。横县茉莉花文化节期间，外国宾客数量明显增加，说明茉莉花文化节在国外的宣传力度加大，进一步说明外宣翻译的重要性。为了扩大茉莉花文化节的影响力，许多人都表示应该多邀请外商、扩大覆盖面、延长举办时间、增加宣传力度，如政府宣传、网络平台宣传、公众号宣传等。

通过访谈发现，中国（横县）茉莉花文化节的对外宣传得到了应有的重视，外宣翻译也在慢慢完善，且宣传的形式和手段并不单一。如：邀请各地有影响力的媒体来宣传，包括南宁市的媒体、东盟国家媒体以及港澳台媒体；利用时下最新兴的宣传形式，宣传视频也在各大平台推送，点击量也非常可观；到北京、杭州、马来西亚等地开推介会、发布会等，宣传的形式多种多样。外宣工作不足就是，“走出去，请进来”做得不够，应结合各个地方的语言做更多的宣传视频和手册。

五、结语

通过调查发现，中国（横县）茉莉花文化节的对外宣传得到了应有的重视，且外宣手段和形式并不单一，其中外宣翻译

就是一种重要手段，在双语宣传册和宣传视频的制作中扮演着重要角色。县委宣传部近年来每两年制作一次横县茉莉花产业的双语宣传片，在各个平台推送，并且在新华日报（英文版）中占有一定的版面。但是英文版的宣传折页仅供外宾浏览，其确切的宣传效果不得而知。目前中国（横县）茉莉花文化节更多地是关注拓展外宣的途径，而对外宣翻译的特点、目的、重要性、质量以及宣传效果缺乏足够的重视和关注，而这将直接影响茉莉花文化节对外形象的宣传与推广。

笔者希望有更多的人能参与到中国（横县）茉莉花文化节的外宣翻译研究中，使横县在对外宣传翻译中注入新生机和增添动力，以推动当地的经济文化发展，让世界通过茉莉花文化节这个窗口更多地了解中国横县。由于外宣翻译研究在中国（横县）茉莉花文化节中的滞后性，该研究也仅仅是“一家之辞”，但愿对中国横县茉莉花节的外宣发展有一定的参考意义。

参考文献：

- [1] 爱波斯坦，林戎菽，沈苏儒. 呼吁重视对外宣传中的外语工作 [J]. 中国翻译，2000（06）：3-5.
- [2] 宋平锋，孙吉娟. 外宣翻译研究综述（1997-2017）[J]. 鲁东大学学报（哲学社会科学版），2018（5）：35+51-56.
- [3] 徐薇. 博物馆外宣资料英译现状调查与研究 [J]. 南通职业大学学报，2017（4）：34-38.
- [4] 张林，张中秋. 西部特色产业自我发展能力研究——以横县茉莉花产业发展为例 [J]. 广西大学学报，2012（6）：36.

【课题项目】本文系2019年国家级大学生创新创业训练项目“中国（横县）茉莉花节文化旅游外宣翻译实践”（项目编号：201913830012）的阶段性成果。

作者简介：

梁晓秋，女，广西外国语学院欧美语言文化学院2017级学生，英语专业。

姚康，男，硕士研究生，讲师，研究方向为翻译理论与实践、民俗文化翻译研究。