

翻译传播学视域下的旅游外宣翻译方法

——以龙脊梯田语音导播词为例

刘冬

(广西外国语学院 广西南宁 530000)

摘要: 旅游产业国际化必须以地道标准的旅游外宣翻译为基础。而景区参差不齐的外宣译文,给当地对外旅游发展造成一定影响。本文从翻译传播学角度,以桂林龙脊梯田景区语音导播词的翻译为例,探讨旅游外宣的翻译的方法,以期实现更好的外宣翻译效果,为规范当地对外旅游外宣文献出绵薄之力。

关键词: 翻译传播学; 旅游外宣; 翻译方法

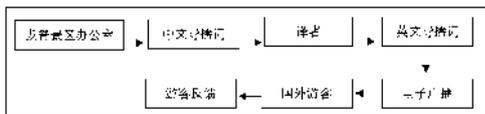
一、引言

在“一带一路”倡议的背景下,中国想要更好的“走出去”,就要让世界更全面准确地了解中国。外宣翻译作为世界了解中国的窗口,占据着举足轻重的地位。标准漂亮的外宣翻译是将外国游客“引进来”的根本。

龙脊梯田位于广西壮族自治区龙胜各族自治县,距今已有近700多年历史,素有天下一绝的称号。龙脊的山脉仿佛像一条长龙,当地居民世代都生活在神龙的脊背上,龙脊因此而得名。龙脊以其独特的梯田农艺景观和少数民族地域文化风情吸引着无数中外游客前来游览,而龙脊景区英文翻译却差强人意。笔者将从翻译传播学的传播效果入手,分析当地外宣翻译的问题,并以其中文语音导播词为例,从景区名和成语的翻译分析该景区旅游外宣导播词切实可行的翻译技巧。

二、翻译传播学

翻译传播学,顾名思义,是传播学和翻译学的结合。早在1997年,业界学者已经开始关注翻译传播,他们基于传播学理论,对翻译给出新的解释。吕俊认为翻译的本质就是传播;唐卫华提出翻译即传播;而张生祥认为翻译与传播互为体。这种从翻译看传播的视角,使翻译和传播的融合成为可能。翻译传播学是研究翻译传播现象及其规律的科学,是阐释人类使用不同语言符号,进行信息传递与交流的知识系统,以传播效果为研究目标。拉斯韦尔是传播学四大先驱之一,他提出了“5W”传播过程理论,传播行为以回答下列问题为目的,即“谁——说了什么——通过什么方式——向谁说——达到什么效果”。传播分为同语传播和异语传播,当交流的双方语言不通时,就需要介入第三方——译者,即“谁翻译的”。因此,想要翻译传播得以实现,译者和译者所产出的译文是整个翻译传播过程的关键。只有各个要素充分配合和互动,翻译传播的目的才能实现。因此,若从翻译传播学的六要素研究龙脊景区导游词的外宣英语过程,其翻译传播过程如下图:



三、旅游外宣翻译存在的问题

随着国际间交流日益密切,对外旅游业也发展迅猛,全国各地各大景区都将目标直指外国游客。而站在风生水起的旅游业对面的,是参差不齐、差强人意的旅游外宣译文。在翻译传播过程中,旅游外宣翻译文本是接触传播客体的一大要素,其优劣直接影响了翻译传播的效果。

首先是中式英语现象频发。翻译时,不注重英汉之间思维模式和行文习惯的差异,过分拘泥于原文形式,无法打破汉语思维和文化背景的枷锁,导致外宣译文晦涩难懂、呆板凝滞。

其次是翻译的“疑难杂症”、望文生义现象层出不穷。由于译者缺乏科学合理的翻译观,导致死译、漏译、硬译、错译和误译现

象比比皆是。在没有深入理解原文的基础上就妄加翻译,粗制滥造。如将“龙脊梯田”直译为 Dragon Backbone Rice Terrace。这种脱离了目标受众的翻译必然达不到预期的外宣效果。

再者,文化流失现象较多。由于语言和文化的差异,原文中的文化现象无法完全在译入语中再现,出现文化缺省现象。也有学者认为,当原语中得文化信息已经成为跨文化交际的常识时,允许存在文化缺失。可是一味地缺省处理会丧失原文景区所承载的浓厚文化背景,剥夺了国外游客了解当地风土民情的机会,影响传播效果。

四、旅游外宣翻译方法

外宣翻译属于信息性翻译,是一种具有传播特征的特殊翻译形式。其目的是实现交流,传播信息。外宣翻译关注更多的是目标受众和信息传播,增加译文的可读性,让读者准确完整接收和理解原文信息,这与翻译传播学的根本目的是一致的。根据黄友义先生提出的外宣翻译“三贴近”原则,可有效地处理外宣翻译中遇到的问题。外宣翻译中,译者的写下的每一个字,说出的每一句话都要以顺利的沟通和信息传递为目的,这也对译者提出了更高的要求。

龙脊景区的外宣导播词具有十分鲜明的中国特色。词汇上四字成语堆叠;句型上灵动华丽的短句和排比句交叠;比喻、拟人等修辞辞如流水;风景描写辞藻华美。为了获得最佳的翻译传播效果,译者要不断提升自己的双语转换能力,熟知中英文思维模式和表达习惯的差异和特点,敢于挣脱中文的束缚,以读者为中心,对原文进行适当加工,灵活使用不同的翻译方法和技巧,再现源语的审美愉悦。

(1) 景点的翻译

环环相扣的各大景点构筑了龙脊景区壮美的景色。景点名称与景色情景交融,往往采用比喻的手法,言简意赅的概括美景。翻译时,译者既要挖掘景点名称背后的内涵,更要抓住目标受众的思维模式,同时还要有一定的字数限制,可采用直译、意译或直译意译相结合的方法,以实现其身份指向和诱导功能的作用。

原文:七星伴月

译文: sevenstarswiththemoon

该景点由初开辟梯田时留下来的7个小山丘围绕着一块圆形的梯田而得名。此处利用比喻的修辞手法将其比喻为七星伴月这一景象。翻译时,译者采取直译的方式,保留了原作的风格和文体。因为考虑到名称的字数限制而没有翻译为 moon-shaped rice field with seven hills。另外,考虑到游客知识层面的不同,“伴”一词用通俗易懂的“with”替代。同时因为该导播词后续有关于景区的介绍,因而没有加注,国外游客也能根据后面的内容理解景点名称,体会原语的比喻内涵。

原文:九龙五虎

译文: nineloongswithfivetigers

该景点名称的由来是因为顺着梯田的走向可以看到九条山岭的脊背,像是九条龙从天空中俯身饮水,在他旁边有五个像老虎一

(下转第162页)

(上接第160页)

样的山坡守护着这一方水土。同样采用直译的方法,充分传达源文的原貌。另外,由于中英文化差异,dragon一词在西方往往被视为“邪恶”的代名词,对于“龙”的翻译一直饱受争议。dragon的翻译甚至被西方政客视为“私货夹带”政治较量。2018年贾平凹建议将龙改译为loong,这也开始为大众所接受。

原文:西山韶乐

译文: music around hills

“西山韶乐”也是一个比喻用法,将千条田埂比喻成五线谱,将梯田上的土山包喻为音符,奏响美丽的田野乐章。同样采用直译,保留了源文的丰姿和写作手法。“西山”指的是西边的山,此处将“西”和“韶”省译也无伤大雅。

(2) 四字成语的翻译

四字结构的成语使用也是汉语行文的一大特点。四字结构言简意深、表意精当、文辞美妙且韵味十足。在处理四字成语时,译者首先要做的就是理解。吃透了源文的含义,那么译文也就手到擒来了。汉语的四字结构一般可以采用意译法和释义法,也可以用转换为英文中的某些形容词、名词、副词或其他特殊结构。

原文:梯田的规模磅礴壮观、气势雄浑,线条如行云流水、潇洒流畅,为天下梯田所望尘莫及,堪称天下一绝。

译文: The unique terraces overshadow the worldwide terraces by virtue of its magnificent scale and flowing shape.

中文行文具有前呼后应、信息重叠的特点。中文作为意合语言,其表达辞藻华丽、同义反复;而英文作为形合语言,其行文讲究简洁明快、用词质朴。中文中的“双动词现象”也是中文的一大特点。例句中,“磅礴壮观”和“气势雄浑”都是形容梯田宏伟壮观的规模,“行云流水”和“潇洒流畅”也是用于描绘梯田流畅舒展的线条。因此在翻译时,笔者采用了减译和转换的翻译方法,将两对意义重复的成语译为对应的形容词。其次,在“望尘莫及”和“天下一绝”处理中,译者将其分别转移为动词和形容词。使整个句子更

为紧凑。另外,从整个句子来看,中文习惯将重点和结论放在后,而英文放于前。因此译文将原语结构打破,重新整合句子,将原句结论放在前,开门见山且逻辑清晰。在提取了原文核心意思的同时,力求简洁流畅,符合译入语读者的阅读习惯,促进翻译传播效果的形成。

五、结语

如果语言是通往全球化的必经之路,外宣翻译便是开发国际旅游市场的敲门砖。旅游外宣翻译绝不是单纯机械的字字翻译,而要以传播信息为主,贴近译入语读者的思维和语言习惯。所谓翻译传播是在人们异语场景中借助翻译,实现的信息交流的活动,以理想的翻译传播效果为目标,外宣翻译的本质亦是如此。它同样关注对于受众的传播效果,而要想达到理想效果,就要从译者和译文入手。译者应以目标语读者为中心的策略,勇于挣脱原语外壳,力求在英汉两种语言差异之间寻求一个桥梁,化解在诸如文化、行文和思维上造成的理解误差。以目标受众为归宿,灵活使用不同的翻译方法,促使游客理解并获取流畅自然的信息。同时,景区也需关注信息传播的效果,可定期采用采访或问卷的信息,收集外国游客对景区外宣翻译的反应和接受度的数据。狠抓翻译的实际传播效果,不断完善外宣翻译文本,让世界听见中国的声音,促进农业文化遗产保护,奏响龙脊动人婉转的田园诗。

参考文献:

- [1] 黄友义. 坚持“外宣三贴近”原则,处理好外宣翻译中的难点问题[J]. 中国翻译, 2004(6):27-28.
- [2] 胡兴文, 张健. 外宣翻译的名与实——张健教授访谈录[J]. 中国外语, 2013(03):100-104.
- [3] 石敏. 传播学视角的旅游外宣资料翻译策略选择[J]. 现代交际, 2020(13):104-105.
- [4] 尹飞舟, 余承法. 翻译传播学论纲[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2020(5):170-176.