

济南文化旅游景点英语翻译研究

王玉涣 李春燕

(山东协和学院 山东济南 250109)

摘要: 随着美国国内入境游的增长,对旅行英语翻译的需求也将愈来愈高。作为城市的语言文化名片,标准的旅游英语翻译也是对一座城市现代化程度和人文品味的直观反映,这对于提高城市形象也起着难以取代的作用。因此济南已经是一个比较成熟的城市旅游语言文化城市,观光景区也不少,而在实际中旅游产品宣传词、景区或展品说明词等的翻译不当,问题和错误也屡见不鲜。论文主要是以济南地区中国传统民俗文化及旅游景点的英语翻译工作为重点对象,采用实际走访采访、调查、资料整理、数据统计与分析等方式,剖析面临的问题,并研究解决问题的办法,以提高中国文化旅游英语翻译的规范性和专业化程度,也更好的打造泉城济南文化旅游新形象。

关键词: 济南旅游新形象;文化旅游景点;英语翻译

1. 背景

随着国内外文化旅游业的发展,中国文化旅游景点英语翻译工作因此引起了人们的重视,优秀的英汉互译,对于在促进文化旅游业发展、发展社会主义国民经济和充实平民百姓的精神文化生活等工作领域方面,都起到了更加的促进作用。它不但可以使外国友人更加了解我国传统文化,而且正确合理的译文还可以降低外国友人对我国传统文化的误读,从而更进一步地了解我国传统文化的基本内容和精华,同时,对我国的传统人文景观名胜来说,也是推广自己人文特色的大好机会。在实际旅游景点中旅游公示词、景区和展品说明词中的翻译不当等问题和错误也屡见不鲜。而济南身为我国国家历史文化名城和旅游胜地,参观旅游景点资源丰富,历史人文特点突出,为树立良好的城市文化形象,有必要对当地的文化旅游英语翻译状况开展研究分析,以提高旅游英语翻译的规范性和专业化程度。

2. 济南地区旅游英语现状翻译分析

2.1 调查内容

本文编写过程中,调查了济南市十个热门景区,它们是:趵突泉、千佛山、大明湖景区、九如山、红叶谷、朱家峪、九如山、芙蓉街、黑虎泉、灵岩寺。这些景区人流量大、现代化程度高,有着较强烈的老济南特征,也蕴含独有的历史文化底蕴。在经过实地调查与分析之后,我们发现部分历史文化景区旅游译文已经有着比较规范完善的模板,不过目前因为人们对旅游英语译文关注不足、专业术语无法翻译到位、专业性程度不足等因素,济南市地方景区简介与导游词等的英语翻译工作仍然问题重重,还存在着很大的改善和发展空间。因此本文将把目前济南市地方旅游英语翻译现状细分成以下三个主要类型,并逐条剖析,汲取成功经验。第一种是有相当翔实、全面、标准的英语翻译;第二种则是仅限于中文简介,而没有具体的英文翻译;第三种则是有一定量的双语主义对比说明,但英语翻译中出现了较多的问题。

2.2 调查结果分析

2.2.1 英语翻译比较完整规范

以山东博物院为例,把它视作新中华人民共和国诞生后创建的第一个国家级综合性历史地志博物院,创建于一九四五年,有着相当高的历史、社会和人文地位,而且由于其馆内的英语翻译工作都有国家相关政府部门的审批和监管,因而对博物院里的藏品以及其相关的历史资料都有比较系统详细全面而规范的说明。特别是该馆的英语翻译布局合理,印刷清晰,文字整齐,具有的实用和艺术特色与历史博物馆中整体庄重严谨的气氛相一致,可以给予外来游客一种较强的氛围感受和体验感。这和译者的跨文化意识是密不可分的,它既可以使翻译成果更加接近目标群体的生活与文化,又可以

使译文成果更加具有艺术美感,以便得到社会良好的响应和反应。

2.2.2 只有中文介绍,缺少英文翻译

在实地调查对象中,产生这种现象的代表性景区也不在少数,但一般都是没有具体的关于历史景区总体概念的英文翻译说明,使外国旅游者往往对我国传统历史文化景区的总体概念掌握不清,甚至一头雾水。例如在济南大明湖旅游景区里面的部分大殿中,尽管能够通过手机扫描相应的二维码技术获得文字类说明,但内容仅涉及中文说明介绍,并没有英文翻译,对于一些外国游客理解起来会有一些困难,且在济南文化旅游景点英文翻译尚有继续发展的空间。

2.2.3 有中英双语介绍,英文不够规范

第3种现状涉及景区标识牌、推介词虽中英文兼具,但在英文的汉语翻译部分仍有缺陷,通常又包含了语用错误和语句出错,所谓语用错误即忽略了中国社会文化变迁以及语用规范中由母语方言至目的语用转变所造成的损失,而语句出错又分为拼写出错、主观错用、主谓不统一等。同一个地方的各个地方的英文翻译标准也存在一定差异。同样有某些非翻译技术方面的问题,严重影响了标示词自身的意义,如:

(1) 排版方式不合理,英文字体过小,阅读困难

在部分景点内,由于双语导览词的安排非常错误,英文字体幅度过小,篇幅过长,句子也不够清晰,甚至出现了一些意义上的阅读阻碍,要求旅客凑近阅读。此种版面布置和安排易使游人缺乏读书积极性和耐性。另外,还出现导览词悬挂过高的状况,造成阅读阻碍的同时,也有被游人忽视的风险。

(2) 维修时不准确,有些字体脱落、文字模糊不清

千佛山部分的导览词因文字容易脱落,且文字模糊,不易看清楚,后期又无补救措施,而形成了阅读障碍。除此之外,该现象还大大减少了游人对景点的好感,消磨了旅游积极性,损害景点声誉等。

(3) 翻译僵硬化,理解困难,可读性不强

这种困难问题也是一般游客英语翻译的通病,主要就是在译文时受限于中文文字表达方式上。译文是一项必须包含两种文化传统的社会活动。正像这句话所说提示的一样,译者之间一直存在着这么个过程:怎样处理好自己语言原文本蕴含的中国传统文化方面,以及怎样寻找柔佛苏丹的方法,并用目标语言顺利地表达这些方面。但必须注意的是,中文介绍的表述本身就是建立在对本国旅游者具备必要的当地人文知识、历史了解的基础上的,而一般外国游客往往对这些中国传统文化常识并不熟悉,或者掌握甚少。所以,在英文翻译时不应受限于中文汉字的浅层表达方法,而应该去了解、探究中文介绍所要传达的最终意思,以正确掌握民族文化含义,

并了解翻译语国家的主流文化以及族群心理状况,然后用合乎英文逻辑、较容易外国游客所掌握的词语和表达方法加以译文,以便于提高可读性。

(4)在同一景点内,各个区域的英语翻译水平并不一

在我们所调查的历史景点中,该问题在山东博物院中反映得尤为突出。以山东博物院的山东历史文化展与考古成果展为例:山东历史文化展内的导览词英文翻译比较翔实、表达正确,总体效果较好;而考古成果展内的导览词英文翻译部分则有明确错误,译文技术不熟练,细部资料不齐全,并有强烈且生硬的机械译文印迹。在研究该现状产生的原因时,人们主要进行了二个猜测:一是比赛场馆与馆人流量差异造成了该现状,二是由于建造日期差异,可能用了不同的译文队伍完成了翻译工作。若是第一种猜测,原因或许是社会关注程度不足,缺乏严谨;若是第二种猜测,则表现出政府审核力量的不足,质量把控不严。

3. 问题解决对策

3.1 丰富和加强景点的双语介绍

根据在上述排名前面的热门旅游景点,各个景点都应该设置中英文版的标示语以及所有景点的说明,对现有的英文翻译,要仔细审核,对过期英文进行更换,对出错英文进行修正。根据历史,文化底蕴深厚的著名景区以及展品,在产品简介中添加了手机二维码,并配合了即扫即有的中英文照片视频资料和语言说明。进一步充实和创新了旅游 app 中英文的句型和语法表达方式,更加注重对专有名词的掌握与运用。

对外国游客来说,景区内遗址中的大量史料与传说资源并不是很容易掌握的重要资源,但在资源相对丰富的状况下,外国旅游者会更偏向于用语言解说。景点企业文化宣传也不该是被动的,抛弃对自己企业文化高高在上的自矜,积极去接轨国际,是实施企业文化走出去的必然举措,同时也是人文自信的重要表现。所以对景点积极提供英语翻译介绍,不但便利了前来游览的外国旅游者,同时也提升了景点自身的品牌价值,既有助于塑造了景区和城市之间的国外城市形象,也有利于对中华传统文化的宣传。

3.2 聘用或委托专业的翻译团队

20 世纪 60 年代初期,我国的涉外旅游界已经对外国导游译人才提了三过硬的标准,即政治过硬、社会服务过硬和专业外语才能过硬,但这种规定对二十一世纪初培育专业的导游团队来说仍然非常适宜。但新时代社会对他们又有着更高的需求,更高水平的服务才能和语言水准,还有在意识角色上的创新,翻译队伍成员们必须全面提高自己的综合素养,还有政治品德、职业知识、工作能力、翻译才能、竞争意识、形象品位等。

当前,好的翻译队伍已经非常难得,因此除了委托优秀的专业翻译企业之外,还可推进各地方文化发展部、教育处、旅游行政部门等通力协作,建立项目组,并委托高校的英文教师或有关学科老师进行此项目,以提供更简明、优美、精准的翻译。标识词要符合起提醒、通知和引导旅游者获取企业特定资讯,并服务于旅游者的目的,坚持以忠实为优先,并遵循企业译语文化内容和表达习惯的准则。对中国企业文化内容比较丰富的作者,可另设置一版更专业更详尽的翻译,并结合 App 阅读,以最好地适应所有对中国企业历史文化有浓厚兴趣,想了解企业更多的中国旅游者。

3.3 开拓与推广多样的翻译资源

旅游景区可以把翻译资料置于官网及公众账号的推文中,到国内短期旅行的外国游客可以用电子设备扫描了解到关于当地文化旅游景区的相关资料。景区可在入口处安装二维码图片并粘贴网址,网上资料可安装在常用网页中。对国内名胜有浓厚兴趣的前来

观光的外国游客能够便捷地收集并查阅景区资源,这样就可以发挥推广的效果。资源也能够通过门票免费分享,使旅游者能够回去向亲人亲友介绍推广。

3.4 重视旅游宣传,强调城市特色

注重对旅游与观光景区的双语介绍,以加强对旅游观光景区的传播与普及,促进交通运输、餐饮业、传统手工艺、文化体育活动等各行业的互相发展,促进观光旅游蓬勃发展,树立济南旅游文化新形象。译文团队或译者,在翻译景区公示词、引导词以及景区地名等时,必须根据当地特色文化内容和标准汉语的表达,合理地创新,在译文中反映当地特点。翻译时需要提高跨文化意识,面对外国游客的导游词需要达到预期目的,所以导游词的译文应该以旅游者的历史文化认知需要为出发点,在本质中要适当地阐述了我国的传统历史文化,从而使海外旅游者对城市历史文化有清晰的印象,使欧美旅游者对我国历史文化和东南亚各国有所区别,对我国历史文化的特点更有认识,提高了外国游客对中国历史文化的兴趣,从而扩大了我国历史文化开发对海外旅游的重要意义。

3.5 加大审查力度,完善翻译市场。

由于旅游英文在语言资源和文献研究工作方面的欠缺,加之我国独特历史文化上的特点,译文工作人员在遇到专门用语时不免出现生造硬译的现状,这些都造成了旅游英语翻译混乱的现状在市场中大量出现。所以,对书面和网络上的专业术语译文采取健全机制、统一进行校对、译文是十分有必要的。此外需要对译文市场进行全面完善,同时还要对译者队伍和个人执业能力与资格加以全面考核,来实现规范译文市场、建立良性竞争的目标。而在译文软件上的词典更必须随着时间进展而更新换代、不断丰富,以适应人类在越来越依靠网络的现代环境下,获取更真实有用的译文资料的需要。

4. 结束语

总之,文化旅游景区游览公示词、景点与展品说明词,对游客的旅行感受也同样有着巨大的影响力。但同时,这些公示词和景点说明文本由于其自身所存在的专业性、灵活性、跨文化性以及针对性强等性质,给正确合理的译文提供了重重困难。经我们的实地调查与勘误研究表明,尽管济南地区旅游胜地景区资源丰富,但各大景点却并未注重其英文说明和介绍,从而忽视了济南旅游向国际发展的重大意义。在实地调研基础上,我们认为旅游主管部门可协同其他政府部门整合资源;景点企业也可招募专门的翻译人员对现有译文进行加工与充实,以提高英文版的应用体验。从而,为中国旅游景点的专有翻译 App 产品提供理论基础与翻译经验的指引,并推动济南旅游文化景区以及国际文化景区的国际形象发展。

参考文献:

- [1]袁筱一,许钧. “翻译诗学”辨[J]. 外语研究,1995,(03):60-66+28.
 - [2] 费小平. 翻译的政治:翻译研究与文化研究[M]. 北京:中国社会科学出版社,2005.
 - [3]陈刚. 旅游翻译[M]. 杭州:浙江大学出版社,2014.
 - [4] 白天,闵乾月,陈婷. 打造南京国际化新形象——南京文化旅游景点英语翻译研究[J]. 海外英语,2021,(15):178-179+181.
- [基金项目]本文为省级大学生创新创业项目“济南市旅游景点英文简介实地调研与勘误(S202113324339)”阶段性成果。
- [作者简介]王玉涣,女,山东协和学院大三学生。
- 李春燕(1973-),女,山东聊城人,硕士研究生,山东协和学院教师,讲师,主要从事英语教学及教师发展研究。