

# 广州市十大城市名片的译介与国际形象构建研究

姚思婷

(广东外语外贸大学南国商学院 广东广州 510545)

**【摘要】**近年来,国家推进粤港澳大湾区建设,不断将其发展成为世界四大湾区之一。在此背景下,如何将粤港澳大湾区更好地与国际接轨是摆在我们面前的一大课题。本文将从译介研究的角度,以线上媒介的文本为主,分析广州市十大城市名片的译介现状,并对优化当前译介环境提出建议,推动中国文化“走出去”,更好地构建广州市的国际形象。

**【关键词】**译介;拉斯韦尔传播模式;旅游外宣翻译;国际形象

**DOI:** 10.18686/jyxx.v3i11.61419

在全球化的背景下,我国愈加重视世界级的城市群的发展和建设,积极推动粤港澳大湾区的深度发展。而要强化大湾区在世界的知名度,大力发展旅游业便是行之有效的方法之一。其中,加强大湾区旅游景点的多语种语言环境建设,能够更好地使外国友人了解大湾区的文化,为大湾区的知名度贡献一份力。本文将聚焦大湾区的中心城市——广州,以广州的城市名片为研究对象,以拉斯韦尔传播模式为理论基础,探讨广州市十大城市名片的现状,提出相对应的建议助力广州提高国际形象。

## 1 广州现存形象介绍

### 1.1 历史文化名城

作为古代海上丝绸之路的发源地,广州自古就被誉为“千年古都”,还被冠以“金山珠海、天子南川”的美称,极具特色的广府文化在这里生根发芽。除此之外,广州凭借优越的地理位置以及对外开放的传统,使其在岭南文化中占据半壁江山。广州还因“口袋效应”架起了中外文化的桥梁,为后来成为我国改革开放的试验地奠定基础。“南大门”和“国际化大都市”是广州国际性的形象传播比喻。本文将以广州市十大城市名片作为样本,旨从译介研究、外宣翻译的角度,运用拉斯韦尔传播模式理论对广州译介现状进行分析,对提升广州国际形象献出计策。

### 1.2 主要城市名片

随着经济文化的高度发展,广州在近现代呈现出更加多元化的城市面貌。广州在不同领域的城市名片主要有:广州塔、粤剧、广交会、广府菜、白云山、陈家祠、中山纪念堂、五羊石像、长隆旅游度假区和迎春花市。不同的城市名片展现了广州在不同领域的风采。在最新一项基于外籍人士的调查发现,名列受访者最喜欢的景点的前三位分别是广州塔、白云山以及越秀公园。<sup>[1]</sup>因此,本文将在充分研究十大城市名片的基础上,着重选取其中这三张城市名片作为研究对象。

## 2 译介研究与形象塑造

### 2.1 译介领域的研究方法

译介学认为真正推动中国文化走向国际,不能仅仅依靠单纯的文本翻译,而需要借助译介的手段。相比于传统的翻译研究,译介在翻译完成的基础上,考虑各方面的因

素,评估加强翻译的传播效果。拉斯韦尔曾提出著名的5W传播过程模式,阐释了传播过程中的五个基本要素,即谁(Who)、说什么(Say What)、通过什么渠道(In Which Channel)、对谁说(To Whom)、产生了什么效果(With What Effect)。<sup>[2]</sup>这一理念对译介学具有启发性的指导作用,因此学者们将5W传播模式应用到译介的研究上,则相对应地转变成了“译介主体”“译介内容”“译介途径”“译介受众”“译介效果”五大要素的译介模式。<sup>[3]</sup>

### 2.2 外宣翻译与形象塑造

在全球化的大背景下,外宣翻译如同一个国家呈现给世界的门面,它与国家地区及城市的国际形象塑造息息相关。高质量的外宣翻译能够体现我们的文化水平以及严谨程度,而有特色的外宣翻译则有助于树立一个鲜明的城市形象。广州向来有“贸易之都”和“食在广州”的称号,可见,要逐步将广州的主要形象推广出去,政府需要对外宣工作进行大量投入和建设,既保证整体领域的质量,又兼顾主要领域的特色翻译。如此一来,外宣翻译便有助于广州国际形象的塑造。

## 3 主要名片译介与传播效应

### 3.1 译介现状分析

有关广州旅游外宣翻译的研究文本多数取自景区内部,对于各旅游景点线上译文的研究有所欠缺,部分原因是因为线上翻译近年来才开始发展,例如,白云山官网的英译文本在2020年才正式上线。笔者以线上媒介的外宣文本为调查对象,浏览了各大名片的官方网站,发现这些英译文本存在翻译不规范的问题。如若不及时重视,这将不利于广州国际形象的构建。

在白云山官方网站英文版的旅游导览中,有一篇为“Baiyun Dust View”,其标题出现了翻译失误。

笔者在白云山官方网站中文版搜寻“Baiyun dust view”的对应文本时,发现与特色景点中的“白云晚望”有极大概率的吻合。历代尤其明代有许多诗人登山观赏,纷纷作诗捕捉白云日落的美景,故而得名“白云晚望”。然而,对于“白云晚望”的标题翻译,官方网站给出的是“Baiyun dust view”。结合下文的“At dusk, visitors can watch sunset and colorful sunset glows at Wanwang Pavilion”可知,译者在翻译的时候错把“dusk view”弄

成了“dust view”，这失去了传递原文的准确度，有损文本的传播效应。

### 3.2 传播效应与形象塑造

十大城市名片中，广州塔（Canton Tower）列为名片之首，是外籍人士最为耳熟能详的广州标志。当时民间针对“Canton”和“Guangzhou”的译名掀起了一阵讨论的热潮。有人认为应当采取正式的广州拼音 Guangzhou，更能代表象征城市身份。梁国昭学者则从历史文化地理的角度论证了采用 Canton 的合理性，为译介研究提供了新的思路。

据文献记载，Canton 的译名使用已有近 500 年历史。<sup>[4]</sup>《广州传》（下）中记载道：“海上丝路把 Canton（广州）这个名字，传遍欧洲各国。几乎所有人都知道，Canton 是一座繁华美丽的东方大都。在世界各国的商人眼里，Canton 这个名字，就是‘财富’的同义词。”<sup>[5]</sup>具备了这样的历史条件，沿用 Canton 的译名则有利于达到译介最好的传播效果。在许多国外出版的权威百科全书中，“Canton”的词条下有关广州的介绍占据了绝大篇幅。

为何如今有了正式的拼音译名，还要选择“Canton”？从跨文化传播翻译的角度来看，不同文化的参与加深了翻译活动的复杂程度，译者若想译介内容达到良好的传播效果，则需要用受众易于接受的话语方式传播。<sup>[6]</sup>选择“Canton”的原因有二：其一，Canton 记载于许多西方的典籍中，使用 Canton 的译名一定程度上减少了与受众文化上的隔阂。其二，Guangzhou 译名念起来对大多数外国人并不友好，发音相比 Canton 更加拗口，不利于受众的记忆。因此，选取 Canton Tower 而非 Guangzhou Tower 作为广州塔的译名更有利于推断传播效应，迅速拉近与译介受众的距离。

## 4 发展策略

### 4.1 重视外宣翻译

从 5W 传播模式在译介的应用转变看，笔者认为可以通过加强与国际的文化合作，引进更多外国学者助力广州外宣翻译的工作，首先保证了译介主体——译者的素养。针对译介内容的权威性和准确性，政府可以设立英汉双语平行语料库，利用大数据、数字化等手段，统一景点的译名并规范景区的日常用语，提升外宣翻译的效率。语料来源涵盖线上线下两种途径，线上来源主要有广州各大旅游景区的官方网站和公众号等，线下来源主要是景区内的公示语等。这样能从源头保证译介内容的质量。另外，广州

独特的饮食文化和自然景观为这座城市增添了不少辨识度。要建立起更加鲜明的国际形象，应当从挖掘城市特色的角度出发，笔者认为在外宣翻译上，可以加大对粤菜译名、旅游翻译的大力投入，培养外贸英语人才。凭借高质量特色的外宣翻译，吸引众多外籍人士前来观光，提升广州的国际形象与知名度。

### 4.2 传播途径多元化

各大景区应尽快完善多种传播途径，拓展新的传播渠道。例如，白云山景区的中文介绍早在 2005 年左右就已存在，而英文版在 2020 年才正式推出，这说明在传播手段方面，部分景区存在滞后的现象。除了加强门户网站和线下景区旅游手册的多语种宣传，我们可以与更多国外城市建交友好交流城市，或与国外知名的旅游软件合作，推广宣传广州旅游资源，使越来越多的外国友人能了解广州。一项对外籍人士来穗之前信息获得渠道的调查发现，以互联网新媒体为信息获取渠道的受访者占 24.2%，选择本国媒体的占 22.2%，由此看来中国媒体对外籍人士的影响则相对较弱。因此，寻求与国外媒体的多形式合作宣传对提升广州的国际形象具有建设性的意义。

## 5 结语

广州是首批国家历史文化名城，拥有丰富的旅游文化资源，知名的国际影响力。在国务院的批复中，广州还被确定为“国家中心城市”和“国家贸易城市”，由此可见广州在“走出去”中的地位之重要。本文在立足广州十大城市名片译介现状上，分析了广州现有外宣翻译存在的不足；并就如何提升外宣翻译质量，增强广州国际知名度进行探讨，提出可针对性地加大对具有广州特色的外宣翻译的投入，旨在建设更高水准的旅游翻译质量，增强广州在国际地位中的辨识度，为广州树立良好的国际形象，推动广府文化更好地“走出去”。但同时，仅仅依靠翻译层面是不够的，城市形象的传播最终仍要落实在自身的政治、经济建设，只有不断提升城市的硬实力，国际形象的建立才更加有底气，文化方面才能为之锦上添花。

**作者简介：**姚思婷（2001.5—），女，广东东莞人，研究方向：英语专业。

**基金项目：**本文为 2020 年国家级大创项目“新时代下粤港澳大湾区旅游景区多种语言环境建设现状调查研究与对策”（项目编号 202012620008）阶段成果。

## 【参考文献】

- [1] 李春华. 广州城市形象对外传播研究[D]. 广州：华南理工大学，2020.
- [2] (美) 哈罗德·拉斯韦尔. 社会传播的结构与功能[M]. 北京：中国传媒大学出版社，2013.
- [3] 鲍晓英. 中国文化“走出去”之译介模式探索——中国外文局副局长兼总编辑黄友义访谈录[J]. 中国翻译，2013，34（5）：62-65.
- [4] 梁国昭. 不必禁止广州 Canton 译名的使用[J]. 热带地理，2009，29（2）：197-198.
- [5] 叶曙明. 广州传（下）[M]. 广州：广东人民出版社，2020.
- [6] 李家春. 城市外宣翻译跨文化文本重构研究[D]. 上海：上海外国语大学，2013.