

传播学视域下齐齐哈尔生态旅游外宣翻译

王珊

齐齐哈尔大学公共外语教研部

[摘要] 翻译理论家威尔斯认为, 翻译是一种特殊的交际手段, 它关系到语言的行为和选择。在具体的汉语和英语的翻译中, 外宣翻译特别重视译文的传播效果, 而译文的质量又直接关系到文化传播的效果, 对文化传播效果产生重大影响。传播学和外宣翻译相结合, 为文化的传播提供了巨大的推动力。而旅游宣传作为一种宣传方式, 既可以宣传当地的特色文化, 又可以带动当地的经济的发展。文章针对齐齐哈尔生态旅游对外宣传工作的实际情况, 将传播学与外宣翻译相结合, 丰富外宣翻译研究内容, 探讨外宣翻译原则, 以期达到优质的外宣效果。

[关键词] 传播学; 生态旅游; 外宣翻译

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.11.1495

一、翻译传播学理论概念界定及外宣翻译作用

(一) 翻译传播学理论概念界定

美国著名的传播学家韦伯·香农提倡的传播学“5W模式”(即: 传者→信息→渠道→受者→效果)与拉斯韦尔创建的传播研究理论框架(即控制研究、内容分析、媒介研究、受众研究以及效果研究等五大模块), 对我们重新审视翻译学学科具有重要的借鉴意义。1997年, 吕俊提出了“翻译是一种特别的传播研究”。刘安洪和谢柯分别从传播学角度比较系统地探讨了旅游翻译。谢柯、廖雪汝认为, 外宣的翻译具有较高的目的性。

在具体的汉语和英语的翻译中, 外宣翻译特别重视译文的传播效果, 而译文的质量又直接关系到文化传播的效果。

(二) 外宣翻译作用

对外宣传是一种信息文化传播活动, 本质上是一种跨文化交际的实践, 它是指译者将原文的文本准确、有效地传递给目标受众, 从而达到译者的宣传目的。它利用外来的语言作为媒介, 介绍和宣传本地的“人”“事”“物”, 其基本特征是语言形态的转化、受众的反馈、信息的双向流通以及积极的城市形象的构建。更确切地说外宣翻译是一种以外语为载体的“再创造”的跨文化交际活动, 承担着信息分享和沟通的社会职能, 具有翻译和传播的双重性质。因此, 在翻译理论和传播理论的指导下, 对外宣传翻译的研究应该是以翻译理论和传播理论为基础的。宣传活动的成功和高效, 将使中外文化人士对中国的传统文化、自然景观、投资和发展环境等多个方面的认识和理解, 为各国和地区间的交流和合作提供了强有力的支持。

二、齐齐哈尔市的旅游文化特色及其旅游形象外宣翻译现状及存在问题

(一) 齐齐哈尔市的旅游文化特色

齐齐哈尔市历史悠久, 文化底蕴深厚, 物产丰富, 拥有独特的湿地生态, 有世界上最大的扎龙自然保护区, 鹤文化是它的特色品牌^[1]。没有污染的“一江九河”, 17个中国特色小镇, 1538个绿色有机食品和无公害农产品标志, 使其在发展乡村休闲旅游和绿色生态旅游方面具有鲜明的特色。

独特的冰雪文化, 乡村民俗文化。齐齐哈尔市冬季具有独特的冰雪文化。冬捕是北方少数民族渔猎文化的重要组成部分之一, 是中国非物质文化遗产。加强冰雪文化的外宣翻译研究也是推进黑龙江省冰雪文化创新的途径。鉴于此, 创新的文化传播研究应该考量传播系统模式中的各个环节与关

键节点。

(二) 齐齐哈尔市旅游形象外宣翻译现状及存在问题

1. 齐齐哈尔市文化形象外宣翻译现状

根据作者的调研, 目前齐齐哈尔市对外宣传文字的文字翻译材料仅有三种。一是齐齐哈尔市人民政府新闻办和齐齐哈尔市政府新闻办共同编辑的《中国鹤城——齐齐哈尔》宣传册, 共22页, 中英双语^[2]。二是齐齐哈尔旅游局出版的一套70多页的《齐齐哈尔旅游》小册子, 英俄韩三种语言版本。三是齐齐哈尔外事接待处制作的齐齐哈尔中英文四页小册子。从内容上来看, 主要是以图片的形式呈现, 文本数量较少。

2. 齐齐哈尔市文化形象外宣翻译存在问题

从齐齐哈尔市对外宣传材料来看, 中文语篇具有如下特点: 汉语具有浓郁的民族文化特色, 如, 查罕诺, 蒙语意为白色的湖泊, 译为Chahannuo (whitelakes)。文本强调结构整齐、语言强调情绪的渲染, “观鹤、保护鹤、研究鹤蔚然成风, 写鹤、摄鹤、演鹤、塑鹤蓬勃兴起”。

齐齐哈尔市对外宣传材料的英文译文, 在翻译过程中, 大多遵循着“信、达、雅”的传统翻译理念。尽管中文文本“忠实”也表现出了“文采”, 但是“畅达”的表现还不够准确、不能充分有效地传达出与之对应的信息。其主要表现在: 由于按汉语的字句套译, 造成英文文本的句法结构“貌合神离”; 无法对有文化意义的词语进行阐释, 造成读者的迷茫, 从而造成了传播偏差。

三、传播语境下景区外宣文本翻译策略

(一) 外宣翻译应遵循目的论原则

对外宣传的最终目的就是通过译文作为中介, 在源语文化与目的语之间建立一座沟通的桥梁, 使外国读者对本地有更多的了解, 从而达到交流、合作的目的。因此, 对外宣传的基本原则应该是“目的性”。译者要根据译文的特点, 选择适合于新的交际环境和读者需要的译文。本文从齐齐哈尔市实际出发, 介绍了对外宣传翻译的重点。因此, 在翻译的内容上要以其现有的设备产业基础和有利的投资环境为重点, 突出其所特有的生态文化旅游, 以达到旅游的主题性、特色, 满足目标语读者决定投资、旅游行为的目的。

(二) 强化受众意识和宣传意识

从传播学的观点看, 作为接受信息的人, 受众在传播过程中起着举足轻重的作用。它不仅是信息传播的最终解释者, 也是信息传播活动的活跃参与者, 也是整个信息交流的主导力量。传播效果的好坏, 除了受传播主体、传播内容和

传播技术的影响外,还受到读者的阅读兴趣和价值观的差异等因素的制约^[3]。对外宣传的话语对象是那些与我们有着巨大差异、对中国文化了解甚少,甚至是带有偏见的西方读者。例如,从思维习惯和语言风格来看,中国文化的归纳思维方式表现为句子的语义重心向后移;而英语中的推理思维则表现为“语义中心前置”。为了达到正确、正面的宣传效果,必须在宣传内容、表达形式和表达方式上与西方读者的思维模式、认知价值和形式期待相一致。

(三)加强译者的英汉修辞对比意识

在对外宣传的过程中,译者既是语言的传递者,又是思想和信息的传播者。在景区宣传的内容上,译者应该根据读者的认知结构和所关心的视角来确定译文的重点。从表现方式上看,景区外宣翻译的译文应该遵循目标语的文体特点。作为传播对象与目标受众之间沟通的唯一途径,翻译语与目标语的文体规范是否一致,将直接影响到读者的理解、接受程度,从而影响到最终的传播效果。例如,将“誉为‘掌上明珠’的北满特钢集团”译为“the pearl in palm”是不太符合英文修辞习惯的,应译为“the apple of one's eyes”。

(四)运用灵活多变的翻译策略

1. 减译

由于源语使用者与目标使用者所处的物理环境、言语习惯不同,因此译者应根据源语的不同,适当地删除与目标语文化习惯不符的内容。比如,对于齐齐哈尔市的英文简介有很多版本,翻译人员根据汉语的习惯,有的完整列出了齐齐哈尔的各项荣誉,以此展现斐然的成绩。但英语翻译的特点是要展现重要的、具有代表性的事实,而不是事无巨细地把成绩告诉受众。否则,这种翻译会使目标读者产生言过其实之感,进而影响到翻译的效果。所以,可以采取删译法,选择有意义、有分量、有突出内涵的词语,如“中国绿色食品之都”“中国最有投资潜力城市”。

2. 增译

由于译者与译者之间的文化背景和认知结构的不同,译者可以根据自己的需求在译文中适当地采用相应的翻译策略,从而避免出现模糊性、混淆、误解等现象。

举例来说,江桥抗战打响了抗日武装斗争的第一枪。

“Qiqihar's English version is the site of the Jiangqiao War of Resistance against Japanese armed struggle fired the first shot.”虽然抗日战争在中国已经是家喻户晓的事情,但是对于西方观众来说,它还是一个陌生的概念。所以,“抗日战争”后的《东方战线》中的“反法西斯战争”,应当加以解释和补充。作者认为,通过增译可以达到一箭双雕的效果,翻译后的文本能够使西方读者更好地理解中国抗日战争的历史。同时,这一增译也有助于宣传和强调中国在国际上的反法西斯战争中的地位与作用。

3. 意译加直译

对于有一定文化内涵的景点名称,需要进行意译加直译的方法来翻译,将对目标读者来说不好理解的词汇意译,好理解的词汇直译将是最好的搭配,忠实的传达了原文的内涵。

例如,飞鹤观光牧场由黑龙江飞鹤乳业有限公司总

投资5000万元建设,总占地面积45万平方米。FIRMUS Sightseeing Pasture occupying 450000 square meters is invested by Heilongjiang Firmus Dairy Co, ltd spending 50 million yuan by Heilongjiang Firmus Dairy Co, ltd spending 50 million yuan.飞鹤观光牧场采用通名直译专名意译的方法,将飞鹤品牌意译成FIRMUS,而观光牧场则直译为 Sightseeing Pasture,这样可以达到在原文基础上再创作的效果,并且使外国读者更加容易理解,加大对飞鹤观光牧场的宣传效果。

4. 音译+注释

景区的名字直白易懂时,可采用音译的方法,能清晰达意;对于不利于读者理解的名字,可以采用意译加注释的方法以更准确地传达文本信息,体现本地的文化特色。例如,齐热1号井位于齐齐哈尔市铁锋区扎龙乡哈拉乌苏村西侧,经勘探测量,井深1470米,出水口温度47摄氏度,自喷日出货量1920立方米。译为Qire Well No.1(a hot spring) is located in the west of Hala Wusu, Zhalong village, Tiefeng district, Qiqihar. The Well is 1470 meters deep. The temperature in the water outlet is 47 Celsius. Daily water yield is 1920 cubic meters.上面文本中,“齐热1号井”按照字面意思直译为“Qire Well No.1”,但并不能让读者看出这是干什么的地方,会给英文读者造成误解,进一步来说会对这个地方不感兴趣。因此,译者采用名词音译,专名意译,再加注释的方法,译为“Qire Well No.1(a hot spring)”。这样更好地传递了原文信息,实现在原语的基础上再创造出使目的语读者易于理解的译语,符合英语读者的表达习惯,可读性强。

四、结论

综上所述,在翻译实践中,译者依据不同的价值观、认知结构、需求等特征,通过调整译文的内容,使译文达到目标受众的目的。并从翻译传播学角度,在外宣翻译中遵循目的论原则、加强译者的英汉修辞对比意识、运用灵活多变的翻译策略,将原文的文字信息准确、有效地传递给目标受众,让大家正确、正面地认识齐齐哈尔,从而达到外宣翻译目的,以期促进本地旅游和经济发展。

参考文献:

- [1] 张丽坤. 传播学视角下地区特色文化外宣翻译策略研究[J]. 文化产业, 2021(28): 3.
- [2] 李娟. 传播学视角下海南本土文化与外宣翻译的衔接策略[J]. 海南热带海洋学院学报, 2020, 27(3): 5.
- [3] 岳婧. 传播学视角下华佗五禽戏外宣翻译研究[J]. 产业与科技论坛, 2020(5): 2.
- [4] 许天虎. 传播学视角下中医药文化外宣翻译的“降噪”研究. 上海外国语大学, 2019.
- [5] 董娜. 基于语料库的“译者痕迹”研究. 北京: 中国社会科学. 2010.

基金项目: 本文为齐齐哈尔市哲学社会科学规划项目“传播学视域下的齐齐哈尔生态旅游外宣翻译策略研究”研究成果(项目编号QX2021-10JL)。