

中国文化输出战略下博物馆外宣翻译探析

——以成都博物馆为例

张佳蕾

辽宁对外经贸学院

摘要:随着中国文化的不断传播和发展,西方社会不了解我国的文化状况,西方国家对中国的看法也常常存在片面和误解,对西方人来说,中国的历史和文化是十分复杂的。中国历史悠久,文化底蕴深厚,这使得中国的文化和价值观念与西方人有所不同。威廉·默滕斯认为,西方人对中国的文化和历史认识不足,是因为他们往往不能理解中国的复杂和独特。中国的文化和历史,需要深入研究和认识,才能真正领悟。所以文化输出是极其重要的。文化是国家的软实力,是综合国力的一种体现方式。而博物馆又是一个不可忽视的有着国家和地区历史文化气息的地方,在文化输出中占有举足轻重的地位。作为古蜀文明的发祥地,成都是首批国家级历史文化名城。而成都博物馆在文化输出方面起着重要作用,是成都对外传播的一张名片。为了使成都博物馆的外宣翻译政策能够顺应时代发展趋势,更好地将高新技术运用到博物馆外宣工作中,通过网络平台和实地调研,开展信息化建设博物馆建设,促进中外文化交流,真正做到“薪火相传,文化永流传”。

关键词:中国文化输出;博物馆;外宣翻译

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.06.096

一、博物馆外宣翻译研究背景

在经济全球化的大背景下,让世界更好地了解中国,提高国际竞争力,巩固中国的国际地位,强化国家话语权。对外宣传离不开翻译,对外传播中的内容首先必须转化为目的受众群体所使用的语言,因此,外宣翻译在我国对外宣传中占据了非常重要的位置。翻译绝非一般意义上的语言转换,而是文化的一种传播。在跨文化的传播活动中,人们大多是通过文字(翻译)来达到交流目的的。外宣翻译是以汉语为信息源,以英语等外国语言为信息载体,以各类媒体为渠道,以外国人民(包括境内的各类外国人士)为受众对象的传播活动。在文化输出的战略下,我们国家的外宣翻译也遇到了空前的挑战。外宣翻译是文化输出和传播的重要方式,也是让别国了解中华优秀传统文化的一个重要渠道。只有优质、合格、优秀的文化输出,才能让其他国家了解中国,尊敬中国。通过多种不同而有效的方式,让中国文化被世界所熟知,被世界上其他人民所喜爱。都说博物馆是一座城市的“灵魂客厅”,它浓缩了这座城市的历史文化故事,将一盏盏路灯点亮在这座城市的历史长河中。而成都博物馆不仅藏有灿烂的古蜀文明和天府文化,而且还日益成为开放交流、面向世界的成都前沿阵地。成都丰富的文化近年来利用博物馆这个窗口,通过各种载体“走出去”,引发共鸣。多元文化,国际视野,成都这座“博物馆之城”正以开放进取的胸怀,为建设世界文化名城,推动博物馆产业发展创新、助力。独特的历史背景和地理环境,让成都博物馆吸引了众多国外游客

前来参观,让中国传统文化能够更好地“走出去”。

二、博物馆外宣工作存在的问题

(一) 宣传力度不足,宣传方式落后

在博物馆运营过程中,展品的展示仅仅局限于展品的表面,没有深入研究馆内馆藏文物,没有对研究成果和介绍进行标识,对馆内文物资源和研究成果的推广力度较小,使参观者在欣赏展品本身的同时,无法对其背后的历史知识和相关故事有更多的了解和感悟。除了基本资料的介绍外,并没有涉及背后更复杂详细的资料。参观者对文物的了解仅仅停留在表面,并不能增强参观者对文物的认知度和在博物馆的体验感。随着现代科学技术的不断高速发展,人们对新事物的接受能力也越来越强,博物馆的宣传方式也要跟着时代的步伐走。传统单一的宣传方式,不但效率低下,而且不能满足人们的精神文化需求,不能吸引游客。宣传技术的缺乏,对于先进科学技术和相关设备的使用不普及,也是博物馆宣传工作的突出的问题。虽然很多先进的设备已经应用到宣传工作中,但是应用的不普及,一些博物馆的宣传人员还在用人工传统的讲解方式进行宣传。然而,这样陈旧的宣传方式不仅会降低博物馆的宣传工作效率,还会限制博物馆教育职能的充分发挥,无法满足所有外国游客对于博物馆的需求,降低游客体验感。

(二) 缺少外文解说词,外文解说员

博物馆对外宣传翻译的目的是为了让不同文化背景下的游客更好地了解中国传统文化,更直观地感受中国传统文化。网络调查发现,成都博物馆曾招待过多个国

家的游客,包括西班牙、意大利、法国、美国、加拿大等。通过对成都博物馆的实地考察,发现馆内大部分展品的介绍和指引牌等,大多以英文为主,个别还有少量韩文和法文。宣传册种类只有中文版本,宣传册内容未能全部对照外文。馆内标牌、公示语等缺少外文译本。官方网站只涉及英文、法文、日文、韩文四种外国语言版本,不能很好地为其他语种的游客服务。馆内负责翻译、讲解工作的人员较少,小语种的讲解员更是寥寥无几,但无线点播讲解器这一自主导览方式却屡见不鲜。与能够面对面交流的讲解员相比显得过于呆板,缺乏灵活性和趣味性,参观者无法更好地了解和感受馆内丰富的文化。由于存储容量的限制,每个部分的内容都是录制好的固定语音,往往不能提供更访客更多想要获取的知识,缺乏互动性。对于客户产生的疑问或者其他需求无法做出高速高效的解答。

(三) 外宣资料翻译不完整、不规范

在各个领域,外文翻译不规范的现象比比皆是。外文翻译旨在传播和普及知识,为帮助外国游客了解中国历史文化、促进中外交流,同时也满足一部分外语爱好者获取知识的需求。据调查,成都博物馆目前存在着外文译文不全、不规范等现象。如先秦厅一篇关于成汉政权的介绍中:“西晋后期,大批流民入蜀,后在賸人首领李特、李雄率领下,起兵反抗西晋统治,于成都建立政权——成汉。”其下的英文翻译为“Later under the Western Jin Dynasty, a large number of refugees entered Sichuan. Under the leadership of Li Te and Li Xiong, they soon revolted against the Western Jin Dynasty.”译文中并未有对“賸人首领”的具体解释,只是概括为“the leader”。“賸人”作为历史上的少数民族,有着独特的民族文化和民族特色,但在外文翻译中并未得到体现,使得外国游客不能真正的了解其中的内涵和意义,也让中国部分特色文化没有得到正确更好的传播。

而这种现象在其他古代内容介绍中也曾出现过,浅显朦胧的解释可能会让游客产生疑惑,无法更好地理解其中的深意,无法体会中华文化的博大精深,从而对国家产生不利影响,导致信誉和销量受损。博物馆文化信息的对外宣传和翻译错误,严重影响了游客对中国文化的认识,违背了信息交流的目的论原则,必须采取相应的策略才能避免。

三、博物馆外宣工作的手段和方式

(一) 培养专业的翻译、解说团队

博物馆文本翻译旨在激发前来参观的外国游客对博物馆的兴趣,正确传递文化推动文化传播的成功。所

以,对外宣翻译工作者的要求很高,需要扎实的语言功底和娴熟的翻译技巧。因为外宣翻译资料一般都比较注重语言的优美,译者需要在翻译时充分领略这种美,在尽力向游客传递这种美,让游客最直观地感受中国文化,第一时间得到最好的理解。译者还需要持严谨的治学态度和良好的职业操守。译者不仅肩负着吸收国外先进科学和优秀文化的使命,还肩负着让外国人了解中国的对外宣传工作。翻译工作者还需要培养跨文化交际意识,在文化交流中自觉地形成认知标准和调节方法。文化和语言是不可分的,不同的语言承载着不同的文化背景、不同的风俗习惯和不同的宗教信仰。所以翻译工作者也需要了解外国语言所包含的文化历史,避免不同文化背景下的游客在使用不同语言的过程中发生冲撞和冲突。

可通过在专业的翻译公司和团队中,挑选经验丰富、能力较强的外语人才组建翻译队伍,确保得到准确、优质的译文。再挑选精通外语的导游或外语专业综合素质较高的学生负责外语讲解,这样既能做到不同的人才各司其职,还可以保证每个环节都有专业人员负责,避免出现失误。在培养翻译人才时,一定要培养高技能的应用型人才,既要充实翻译人员的专业技术,又要加强对翻译人员专业素质的培养。加强与外国人的沟通能力,以及在面对外国游客的质疑时,能够妥善解决问题的能力。

(二) 创新外宣手段和方法

随着移动新媒体的发展,传统媒体逐渐向移动新媒体靠拢,博物馆的外宣工作,需要适应移动新媒体时代的发展,开拓创新,敢于尝试,积极采用移动新媒体的宣传功能,进行博物馆相关信息的传递,让人们在移动新媒体时代背景下,更高效、便捷地获取博物馆信息,也让博物馆跟随时代发展,促进自身进步。丰富对外宣传手段,利用博物馆这一阵地和窗口,举办更多高质量的展览,与外国驻华大使和媒体多多交流,主动接受他们的采访,增加知名度。

借助报刊、电视、广播、网站、微博、APP等,让观众群体能够随时随地了解到博物馆的相关信息。善于利用互联网、手机网等现代传媒在外宣中的作用,加大对博物馆的宣传力度。对官网进行优化,设置不同版块,提供在线购票、服务咨询、展品介绍和提供宣传片等多种服务,提升博物馆服务质量和宣传效果。通过VR技术,将历史文物转变为数字产品,展现在游客面前,实现“零距离”接触。并融入多媒体技术,加入伴奏、特效等一系列装饰,为游客打造“身临其境”的体验,让古老文物的神韵通过现代的形式传递给游客,给人以

与众不同的文化视觉感受。多元化的媒介打破了现实与虚拟的隔阂，观众在“虚拟”的感觉中触摸到了真实的文物藏品，打破了博物馆的单一存在，增添了趣味性和参与性。

（三）针对外国人开展文创活动，推出文创产品

博物馆要成立专门的策划小组负责策划面向外国游客的互动活动，比如猜谜游戏、考古盲盒、迷宫寻宝等一系列简单但又不缺乏体验感的小游戏。它不仅可以拓展公众了解历史的途径，还可以使博物馆内的文物成为活跃于当下的文化意象，在与现代人的互动中被赋予新的生命。针对不同国家、不同地区的受众群体，推出历史文化、非遗文化、传统节庆文化、民族特色文化等具有成都博物馆特色的馆内专题文化教育活动。博物馆作为公益性文化服务机构，销售文创产品，让外地游客实现把文物“带回家”。随着人们精神文化水平的提高，文创产品不再只有毛绒公仔、书签、摆件之类的东西。结合本土文化和博物馆自身的经营理念，通过文创、文创产品开发，集思广益，对符合大众喜好的文创产品进行再设计。考虑实用性和观赏性，博物馆可以推出不同产品供顾客选择，差异性和独特性更能引起外国顾客的兴趣和购买欲望。调查显示，国风文创被评选为海外消费者最喜爱的十大年货之一，以及具有中国文化特色的文创产品，如成都博物馆独有的玻钻杯、DIY彩绘石犀和印有古蜀文明壁画的丝巾等。这样，对于外国人来说，不仅在中国感受到了丰富的文化，而且还能以物化的形式把这种文化带回本国，让更多的人看到中国优秀的传统文化，让中国优秀的传统文化走向世界，源远流长。

四、优化外宣翻译对传播中国文化的意义

文化是国家发展的软实力，跨文化传播的重要性不言而喻。跨文化传播的渠道多种多样，但都具有需要外宣翻译的共性。外宣翻译工作要从宏观和微观两方面把握翻译过程，围绕丰富文化的内容和形式，以增强国家文化软实力、服务国家旅游产业发展、推动地方经济发展为宗旨。通过外宣翻译，把自己国家的文化用其他国家熟知的语言习惯和文字表达出来，提高其他国家对自己国家文化的接受度，从而加深对自己国家文化的了解和理解，从而更好地进行跨文化传播。外宣翻译工作的根本任务是充分展示我国的物质成就和中华文化的独特魅力，树立良好的国家形象，集中反映我国人民昂扬向上的精神风貌，使国际社会更加了解了解中国，消除文化等方面的偏见和误解，营造有利于促进我国国家形象提升、增进国际社会对我国认同的国际舆论氛围。有效避免被污名化，为国家和平发展谋求更加安定友好的

外部环境，助力和谐多元国际社会建设，为实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦提供坚强保障。

随着社会的进步与发展，进行跨文化交际活动已成为一种趋势，而外宣翻译作为对外宣传中国文化的重要窗口，势必对中国传统文化的传承与发扬具有重要意义。随着全球化趋势的蔓延，中国的崛起，外宣翻译将有更大的舞台，必将扮演更重要的角色。外宣翻译直接关系到我国在国际社会的国家形象，是构建国家优质形象的一部分，对国家的安全稳定具有重要的战略意义。让世界充分认识中国，正确看待中国，让中国的对外交往水平和人文建设环境更好地反映出来。

综上所述，做好外宣翻译，讲好中国故事，是每一个当代青年不可推卸的责任。建议更多的年轻人能够把自己的青春年华投入到我们国家的外宣翻译工作中去，使我国的翻译队伍不断壮大，让中国优秀传统文化走向世界。

参考文献

- [1] 黄有义. 对外宣传与外宣翻译[J]. 挂云帆, 2008: 8-9.
 - [2] Yifan Yang and Weiheng Xi. Eco-Translatology-Based Analysis of Chinese Yao Ethnic Group's Costumes in Foreign Publicity Translation—A Case Study of Jinxiu Yao Ethnic Museum[J]. Lecture Notes on Language and Literature, 2022, 5(6)
 - [3] 蔡威. 目的论视域下博物馆外宣翻译的失误与对策——以信阳博物馆为例[J]. 信阳师范学院学报(哲学社会科学版), 2017, 37(02): 7-11.
 - [4] 唐琳. 浅析外宣材料翻译的重要性及其译者的素质[J]. 考试周刊, 2012(08): 18-19.
 - [5] 游卓翰, 胡蓉, 孙梦彤, 崔琳杰. 中国文化输出战略下博物馆外宣翻译探析——以大连市为例[J]. 当代旅游, 2019(05): 59+97.
 - [6] 黄郁莹. 浅谈新媒体时代博物馆宣传的改革与创新[J]. 新西部(理论版), 2016(17): 94.
 - [7] 粟千. 外宣翻译对跨文化传播的影响[J]. 旅游纵览(下半月), 2019(22): 231-232.
 - [8] 尹铂淳. 做好外宣翻译, 讲好中国故事. 中国日报网[J/OL], 2020-06-17
- 基金项目: 辽宁省2022年省级大学生创新创业训练计划
名称: “音”之名, “乐”未来音乐工作室
编号: S202210841005X