

玉溪市旅游网站翻译的“全球本土化”研究

王永坤

(玉溪师范学院, 云南 玉溪 653100)

摘要:近年来,随着玉溪市旅游业的蓬勃发展,旅游网站日益成为一个重要的对外宣传平台。以玉溪市政府网站英文版为佐证,该文从全球本土化的角度对本市旅游网站的翻译现状进行了探讨,并提出了改进意见。

关键词:旅游网站;汉英翻译;全球本土化

中图分类号: H315.9 **文献标识码:** A **文章编号:** 1009-5039(2012)01-0013-02

Study on the Chinese-English Translation of Travel Websites in Yuxi Municipality from the Glocalization Perspective

WAN Yong-kun

(Yuxi Teachers College, Yuxi 653100, China)

Abstract: With the vigorous development of Yuxi tourism in recent years, travel websites increasingly become an important platform for external propaganda in Yuxi Municipality. Taken the Yuxi municipal government website in English as evidence, this paper discusses the translation status of Yuxi municipal travel websites from the glocalization perspective, and improvements are also made on samples under question.

Key words: travel websites; Chinese-English translation; glocalization

1999年,我国各级政府上网工程主网站正式启动,各地政府门户网站相继推出了外文版。作为官方网站的一个组成部分,英文版是我国各级政府对外发布信息的窗口,其内容涉及政治、经济、社会、文化、生活等多个方面。而旅游作为其中的一个重要版块,是政府对外宣传的有效渠道以及国际交流的网络纽带,越来越受到外国人士的青睐。

作为一个新兴的近程旅游热点,玉溪市一直是云南省的主要旅游地区,吸引着众多国内外游客的目光。旅游网站是重要的对外宣传渠道,玉溪市政府和旅游企事业单位十分重视其建设工作,投入了大量的人力物力。如何向外国人介绍玉溪美丽、丰富的自然和人文景观,推介中国本土文化,这已成为玉溪市旅游业和翻译界共同面临的重大挑战。

1 全球本土化与文化翻译

全球化和本土化是目前中国学术界共同关注的热门话题,也是从事翻译理论与实践的国内学者无法回避的难题。

全球化是一种跨越国土、区域的界限而使得整个世界趋同的倾向或过程,而本土化则与此相反。“全球本土化”则是全球化和本土化的结合,描述了本土条件对全球化的反馈作用,意在强调全球化与本土化之间动态不平衡、双向互动发展的辩证关系,试图超越全球化和本土化两极思维冲突的局限性。在全球本土化的框架下,全球化和本土化之间相互渗透,力图达到在融合世界文化的同时抵御文化冲击,保持自身文化特性。麦当劳在全世界范围内市场的成功扩大便是全球化的例子,但为了适应当地人们的口味,其连锁店的菜单各不相同,则是全球本土化的经典案例。

翻译作为一种文本与文化的再现,在全球化的时代背景下其功能已从纯粹的语言转换转变为文化阐释,从而进入了文化翻译的范畴。翻译在不同文化传统间斡旋,促成全球化语境下

的跨文化对话或文化间的交流。翻译活动是一种跨文化交际行为,同时包含着全球化和本土化;文化翻译成功与否取决于本土知识,而后再通过调适的办法产生出目的语读者可接受的并具有本土色彩的文化话语。翻译意味着文化改变,通过全球化促进本土文化的改造以及通过本土对全球做贡献,翻译对于全球化和本土化的关键推动作用在于其呼唤对文化他者的价值和本土文化局限的承认。全球本土化对跨文化传播提出了“全球性思考、本地化行动”的新要求,翻译也应采取全球化范围和行动标准下与当地文化相适合的特定操作技巧和管理方法,把国际的东西“本土化”或把“本土的”东西国际化。

2 现状考察与问题分析

最近,笔者特意登录玉溪市政府网站“玉溪网”的英文版(<http://english.yuxi.gov.cn/>),浏览了“Tourism”专栏中分3页介绍的41个文化旅游景点。笔者细读之后发现,其建设和翻译质量却并不尽如人意。

2.1 建设上的问题

该英文版网站由玉溪市人民政府外事办公室运营和维护,所有景点的英文文本均出自一名叫做饶赵平的译者,上传日期为2009年3月20日、24日和25日三天。

旅游网站,又称为“旅游电子商务网站”,是面向旅游者,以提供机票、酒店、旅游线路等旅游产品为主,涉及食、宿、行、游、购、娱等方面综合信息与预定服务的网站。由此看来,英文版“玉溪网”并不是合格的英语旅游网站,内容不健全且散见于各个专栏,迄今未有任何更新,也缺乏市场定位与细分,这与全省其他州市的基本情况大致相符合。

2.2 英译中的问题

贾文波(2003)指出,不同文化背景造就了汉英旅游文体各

收稿日期:2011-10-06 修回日期:2011-10-28

基金项目:本文为云南省教育厅2010年度科学研究基金人文社科重点项目“云南省中心城市公示语翻译与使用现状的调查研究——以玉溪市为例”的阶段性成果(项目编号:2010Z044)

作者简介:王永坤(1972-),男,云南玉溪人,玉溪师范学院副教授,硕士,研究方向为跨文化与翻译。

本栏目责任编辑:杨菲菲

教授讲坛

13

自独特的表现手法,这就要求译者必须准确理解中文意图,顾及目标读者的认知,对译文作各种灵活处理。杨国民(2007)认为,旅游网站翻译很有必要形成“内外有别”的共识,遵循基本信息传递、文化信息增补和审美信息转换3个原则,这样才能体现对外旅游网站的广告效应和魅力。顾伟(2010)提出,网站旅游文本具备信息传递的有效性、时效性和读者导向性3个特点,译者应充分考虑到不同读者的接受能力,在变译理论指导下采用编译和和改译对汉语篇章结构、句式和用词做出相应的调整,但也要注意把握好“变”的程度。

综上所述,译者在旅游网站的汉英翻译过程中应当与时俱进,以恰当的包装、创新型话语形式、亲近性传播文本来实现本土语境中的全球化文化转换,尽量在“全球化”和“本土化”之间取得平衡,才能实现真正意义上的跨文化对话与交流。然而,现实并不容乐观,英文版“玉溪网”在这方面的失误并不少见,其景点文本更多地表现出全球化弱而本土化强的倾向,语言生硬冗余,信息重虚轻实,中式思维严重。

2.2.1 景点名称的误译

好的景点英文译名能唤起外国游人的美好遐想和期待,从而提高其游览兴趣。因此,景点名称的翻译应恰当地反映出景点的人文或自然景观特征,使外国游人对景点一目了然,而不是让他们雾里看花。景点名称一般由“专名+通名”组成,其英译有音译、直译、意译以及多种译法相结合等方法。为保留文化历史内涵,加大外国游人对中国文化的认知,景点名称的英译应尽可能采用音译、意译、直译相结合的方法,即专名为“音译(+意译)”、通名为直译。

纵观“玉溪网”上的景点英文名称,译者综合采用了音译、直译、意译等多种方法,处理手段不错,但也存在如下不妥之处:(1)未能译出隐含的文化信息,如“Jiulongchi Park”(九龙池)、“Jinsanxia Park”(金三峡)、“Xiangbi Mountain Hot-spring Forest Park”(象鼻山温泉森林公园)中对专名的完全音译使得其中的文化因素荡然无存,理应更改作“Jiulongchi(Nine-dragon Pond) Park”、“Jinsanxia(Gold Three-Gorge) Park”、“Xiangbi(Elephant Trunk) Hill Hot-spring Forest Park”才适宜。(2)英文译名不合乎相关规定和惯例,如“Maotianshan Mountain Cambrian Fauna Fossil Protected Zone”(帽天山寒武纪动物化石群保护区)、“Nie’r Former Residence”(聂耳故居)、“Nie’r Park”(聂耳公园)、“Shenyu Spring(Divine Fish Spring)”(神鱼泉)、“Shimen Valley(Stone-gate Valley)”(石门峡)、“Longxi Aristocratic Clan Manor”(陇西世族庄园)、“Nan’en Waterfall”(南恩瀑布)要改译为规范的英文“Maotian Mountain Cambrian Fauna Fossils Reserve”、“Nie’er Former Residence”、“Nie’er Park”、“Shenyu Spring(Magical Fish)”、“Shimen(Stone-gate) Valley”、“Longxi Aristocratic Manor”、“Nan’en Waterfall”。

2.2.2 景点介绍的误译

在景物描写方面,汉英旅游文本上有着两点明显差异:一是引经据典与直扣主题,二是华丽修辞与客观描述。汉语旅游文本言辞华美,讲求情景交融,注重突出历史沿革、文化底蕴和社会影响,充分展现一种虚幻的朦胧形式美;而英语旅游文本重在景点地理环境、服务设施、优势与不足的纯信息和资讯传递,对风光景色的描述着笔不多,更为追求一种朴实自然之美。鉴于此,中文景点介绍英译时要化虚为实,注重信息传递、

行动呼唤而不拘泥于形式,行文简练、准确、生动,大胆进行提炼概括、增减调整。就“玉溪网”上的景点英文介绍而言,译者在翻译时显然未能摆脱“英译汉化”这一沉痾积习,拘泥于汉语旅游文本的表达方式,产生了拼写错漏、语法错误、中式英语、用词不当、语言累赘、文化误解等六大类错误。

例如:陇西世族庄园位于哀牢山主峰地段的新平县耀南村,是清朝乾隆皇帝御封世袭土司李显智末代传人李润芝的宅第。整座庄园分为主体建筑、花园、马厩三大部分,占地面积4.2亩,是新平传统园林建筑的典型,富有浓郁的地方乡土气息。建筑构造坚实,造型各异、气势宏伟,大理石雕、红椿木刻、绘画、书法作品内容丰富。陇西世族庄园可谓新平土司发展的历史缩影。

原译:The manor is in Yaonan Village in Ailao Mountain. It was the residence of Li Ruanzhi who was the last descendent of Li Xianzhi, the chieftain named by Qianlong of Qing Dynasty. The manor consists of main architecture, garden and horse barn with a total area of 4.2 mu. The manor is representative of Xiping traditional garden architecture with rich local flavor. The architecture is solid with unique patterns and is decorated with marble-stone carvings, wood carvings, paintings and calligraphy pieces. The manor presents the history of Xiping chieftain system.

汉语用词精确,连贯流畅,一目了然,英语译文却行文用字明显汉化,通篇晦涩难懂,中文美感丧失殆尽。另外,一些具有中国文化特色的人名、地名、朝代、事件、典故以及度量衡尚欠缺必要的补充信息。

改译:Located in Yaonan Village of Xiping County within the Ailao Mountain peak plat, Longxi Aristocratic Manor was the former mansion of notorious bandits bully Li Ruanzhi(1886-1951 AD), who was also the last descendent of the hereditary chieftain granted by Qianlong Emperor of the Qing Dynasty(1644-1911 AD). The whole manor, covering an area of 4.2 mu(i.e. 0.28 hectare), is divided into three parts—the main building, gardens and stables. This manor, full of strong local flavor, serves as a representative of the traditional landscape architecture in Xiping County due to its firm construction, various shapes and rich marbles, toon-wood carvings, paintings & calligraphic works.

参考文献:

- [1] 孙艺凤.文化翻译与全球本土化[J].中国翻译,2008(1):5-11,95.
- [2] 冯捷蕴.话语混合与全球本土化——北京旅游推广话语的个案研究[J].旅游学刊,2010(9):38-43.
- [3] 贾文波.旅游翻译不可忽视民族审美差异[J].上海科技翻译,2003(5):20-22.
- [4] 杨国民.旅游网站的外宣翻译应“内外有别”[J].大众科技,2007(8):205-208.
- [5] 朱盼盼.政府网站英文版误译分析——以杭州市政府网站旅游翻译为例[J].河北理工大学学报:社会科学版,2010(5):165-167,172.
- [6] 顾伟.变译理论指导下的旅游网站汉英翻译[J].语文学刊,2010(10):73-75,101.