

从目的论视角看国内旅游网站的英译问题

李 茜, 罗天妮

(东南大学 外国语学院, 江苏 南京 211189)

[摘 要] 英文旅游网站是向国外游客宣传本地旅游资源的重要平台, 但当前国内的旅游网站翻译却存在着诸多问题。目的论作为指导翻译的重要原则, 打破了原文和译文机械对等的桎梏, 可以为译者提供更多元化的翻译手法, 使译文更好地为游客提供服务。本文将结合实例探讨旅游网站翻译中的问题以及相应的解决办法。

[关键词] 旅游网站; 翻译目的论; 翻译问题

[中图分类号] H059 [文献标识码] A [文章编号] 1671-511X(2012)0S-0112-03

中国丰富的旅游资源吸引着越来越多的海外游客, 网站作为旅游景点的窗口, 是海外游客了解本地旅游资源的重要途径。尽管许多城市或景区都顺应这一趋势设计了英文版的网页, 但质量却参差不齐, 出现了中式英语、用词不准、拼写和语法错误、逻辑混乱、文化误译等多种问题。这一方面是由于译者本身对双语的掌握程度不够而引起的原文理解或语言表达上的错误; 另一方面则是由于译者的读者意识欠缺而导致的译文读者的不解与误会^[1]。

目的论作为指导翻译实践的实用翻译理论, 颠覆了以往以原文为核心的对等翻译模式, 强调了翻译的目的以及译者在翻译中的主观能动性, 为译者提供了更为灵活多变的翻译方式, 让译者从机械的文字转换者变为沟通原文作者与译文读者的再创造者。

但是我们也必须注意, 在译者被赋予更多自由发挥空间的同时, 也会由于对这一自由权利的滥用而产生随意处理原文的现象, 导致译文出现一些本可以避免的错误, 比如必要信息的缺失、多余信息的保留等。虽然这些不是原则性的问题, 但同样会使译文质量受到极大的影响。本文将从目的论的视角对译者在灵活处理三类信息方面出现的普遍问题进行分析, 以探求怎样才能使译者能够在“自由”中保持“忠实”, 能够更好地“戴着镣铐跳舞”。

一、“翻译目的论”的理论依据

功能派翻译理论产 20 世纪 70 年代产生于德国, 其主要代表人物为凯瑟琳娜·赖斯 (Katharina Reiss)、汉斯·威密尔 (Hans J. Vermeer) 和克里斯蒂安·诺德 (Christiane Nord)。赖斯是该理论的创始人, 她在 1971 年出版的《翻译批评的可能性与限制》(Possibilities and Limitations in Translation Criticism) 中提出了功能派理论的雏形, 认为译者应该优先考虑译文的功能特征而不是

对等原则, 并根据文本功能的不同将其分为三类: 信息型文本、表情型文本与操作型文本, 提出不同文本应采取相应的翻译策略也方法, 以产生相应目的的译本。她提出的功能主义翻译批评理论, 即文本类型理论 (text typology), 可帮助译者确定翻译目的与其所需达到的对等程度。赖斯的学生汉斯·威密尔创立了翻译目的论 (Skopostheory), 认为“翻译是以原文为基础, 有目的的行为活动。文本都有其特定的目的并应服务于这个目的。……翻译的文本要能够被那些想使用它的人使用, 并能正好达到他们期望的功能”^[2]。威密尔强调翻译的最高原则是目的原则, 其次是连贯性原则。此后, 诺德又对该理论进行了拓展和补充, 在前两条原则的基础上增加了忠诚原则, 即译者应该遵循“功能加忠诚”的指导原则。

二、旅游网站的目的分析

根据目的论的理论, 翻译目的确定要考虑两个方面: 即原文的目的和译文读者希望达到的功能。这两个方面是由多重因素决定的, 如发起者给出需要译文的原因、读者的期望、需求、知识背景与译文的使用环境等, 而所有的这些也就是赖斯所提出的翻译要求 (translation brief)。由于作者与读者来自不同的文化与背景, 作者没有直面读者, 就需要作为二者媒介的译者能够利用自己熟悉两种文化背景的条件, 从翻译要求所包含的诸多方面考虑, 通过省略、简化、增补、完善等多种手段进行翻译, 从而使译文达到传达作者意图与符合读者目的的统一。^[3]

据此, 可以对旅游网站的目的加以分析。从网站制作方的角度来看, 旅游网站的首要功能就是为游客提供各类服务, 例如, 景点的基本介绍、景点开放关闭时间、到达景点的交通线路、景点天气状况、住宿、饮食消费问题等。其次, 旅游网站也发挥着对外宣传的作用, 吸引

[收稿日期] 2012-10-10

[基金项目] 东南大学“985 工程”行动计划“企业对外宣传可比语料库的构建与应用”成果之一。

[作者简介] 李茜 (1988-), 东南大学外国语学院硕士研究生, 研究方向: 英文笔译。

潜在的游客并宣传中国文化。而从读者的角度分析,他们浏览旅游网站也有两个最常见的目的。首先,读者是即将到这个景点旅游的游客,为了查询相关信息而浏览网站,这与网站制作方的第一个目的是相同的;其次,读者浏览网站仅仅是为了娱乐消遣,作为对中国文化的一种了解;或者有意向到这个景点来旅游,这也与网站对外宣传的目的基本一致。在翻译工作开始之前,译者就要从这两方面来考虑并制定合适的翻译策略,以满足双方的需求,更好地发挥网站功能。

三、旅游网站翻译中常见的问题分析

从目前国内为数不少的旅游网站英文版面来看,点击率并不高,预期的服务功能及宣传效果自然难以达到。究其原因,既有信息传递本身的问题,也有语言表达的问题,还有文化背景及审美意识等方面的问题。如果不能据此进行必要的翻译调整,必然造成信息无法有效传达,导致服务功能丧失,宣传失败。以下我们将从三个方面对旅游网站英文翻译中常见的问题进行分析并提出相应的对策:

1. 对基本信息处理:不可忽略细节

这里所说的基本信息是指天气预报、交通路线、景区开放关闭时间、门票、联系电话、外币兑换等。这类基本信息属于信息型文本,根据目的论的相关理论用文献式翻译(直译)即可,是最容易翻译的一类信息。^[4]但是由于不是景区相关宣传介绍的重点信息,许多译者在处理时,往往会忽略许多细节问题,造成信息缺失,损害了译文的预定功能。

例如,在拙政园的英文网站上,虽然设有天气预报一栏,但只有标题翻译为“weather forecast”,下边的信息则完全没有翻译,直接用中文表示温度、风力、紫外线等。根据以上对旅游网站目的的分析,网站的首要功能就是提供服务,为国外游客在中国的旅游生活提供便利,但如此处理必不能达成读者阅读的目的,从而影响到网站发挥应有的服务功能。

此外,在处理这类基本信息时,译者除了提供准确完整的信息,还要注意国外读者的文化背景习惯,做到真正地让译文读者能够方便有效的提取信息。仍以天气预报翻译为例,在翻译温度的单位时,译者不能按照中国的习惯不假思索地使用摄氏度(°C),而要考虑英语读者的习惯。虽然世界上大部分国家都使用摄氏度,但美国和一小部分国家使用的是华氏度(°F),网站的设计者或原文作者由于缺乏英语文化背景,往往会或忽略这方面的差异。译者作为两种语言文化的传递者,如果在翻译时能够考虑到这一点,分别将其翻译为摄氏度和华氏度,就可以为美国等地的读者免去换算温度的麻烦,从而进一步提高网站的服务功能。

2. 对文化信息的处理:提供必要注解

大多数中国的景点是属于历史文化景点,即便是自然景观,也会涉及许多历史事件和历史人物,这类信息

是比较难以处理的。由于外国读者不具备相应的文化背景,因此翻译时采用增译或补译,加注解等方式,例如在朝代后加上相关年代加以解释,这样既可以使外国读者对中国的文化有清晰的了解,达到上文所述的对外宣传的目的,又能提高阅读文章的趣味性。

但对于网页文本来说,文本不宜太长,需要加以注解的内容太多则会影响到文章的可读性,因此许多时候译者会采取省译。但在进行这一处理的时候,有些译者可能会将所有难以翻译的文化信息都作省略处理。这样翻译虽然不会影响到网站的服务功能,但却无法实现网站对外宣传中国文化这层目的。因此,处理这类文化信息时,应该在省略语保留之间维持一个平衡,笔者认为应该遵循三个原则,即关联性、可读性与普遍性。关联性是指与景点密切相关的文化内涵,缺少相关介绍就会影响到对景点内涵的理解;可读性是指经过简明介绍西方文化背景的读者能够理解的;普遍性则是指中国文化中最基本的一些文化常识,译出可以增加国外读者对中国了解的。^[5]例如,在杭州西湖网站上关于断桥的介绍中有一段:

断桥还是一座情人桥,相传断桥是白娘子和许仙“借伞定情”的故事发生地,他们从断桥相识并结为夫妻。后来由于法海和尚挑拨离间,将许仙骗到镇江金山寺,夫妻被强行拆开。白娘子为要回丈夫,搬来虾兵蟹将“水漫金山”,与法海斗法,打败后被迫退回杭州。不久,许仙也逃回杭州,再次在断桥上与白娘子相遇,夫妻重逢,百感交集。所以断桥既是他们定情桥、恩爱桥,又是重逢桥、伤心桥、断肠桥。

译文: The famous Chinese folk story “The Tale of White Snake” brings the broken bridge some romance.

可以发现译者对原文中的文化信息进行了简化处理,这样无可厚非,因为如果按照原文全部翻译可能过于冗长繁琐,但是在此处只用一个名字带过,则无法有效传递其文化信息。在中国,有白蛇传的传说故事为背景,人们能够由名字自然能够联想到白蛇与许仙的浪漫爱情故事;而在西方文化中,蛇的含义却和诱惑、智慧与邪恶有关。对于一个没有中国文化历史背景的西方读者来说,The Tale of White Snake 这个故事名字是无论如何都与浪漫联系不上。因此,笔者认为可作如下调整:

The broken bridge is associated with a famous romantic Chinese folk story “The tale of White Snake”, which tells the forbidden love between a young scholar and a beautiful thousand-year-old white snake that has taken on human form. It is on this bridge that they meet and have a reunion.

通过对原文的分析可知,白蛇传说是断桥蕴含的重要文化内涵,与这一景点有着很强的关联性,并且《白蛇传》的故事是可以经过简单的叙述为外国读者所了解的中国文化常识,应该将这一内容保留。但是,原文中虾

兵蟹将“水漫金山”、与法海斗法等内容如果全部翻译,则会影响到文本的可读性。

因此,修改后的译文保留了《白蛇传》与的信息并且用一两句话概括了《白蛇传》的故事内容,将故事所包含的浪漫爱情点出。^[6]这样处理以后,既可以使受众对这个传说有一定的了解,不至于产生误解,又使文本读起来简单明了,易于接受。

三、对主观评价信息处理:照顾读者习惯

中、英文文体风格差异很大。总体而言,中文写作遣词造句十分讲究,倾向于使用对仗工整的句子,也常用成语。在景点的介绍中更是如此,倾向于用华美的句子增加风景美感,烘托气氛;而英语则力求客观,注重以事实服人,不把作者对事物的主观情感强加于读者,而是通过提供客观信息来引发读者共鸣。因此译者在对此类信息进行处理时要注意遵从西方读者的思维习惯以及行文习惯,将这类信息化繁为简,采用省译法来简化语句和结构,省略主观性太强的评价性内容,同时也要保留和突出景点的特征信息。但译者有时会忽略这一东西文化的区别,将过多主观评价性信息保留。以桂林旅游网上的一段文字为例:

原文:桂林自古享有“山水甲天下”之美誉,是中国乃至世界重要的旅游目的地城市,有着被国务院确定的国家重点风景游览城市 and 历史文化名城两顶桂冠,被誉为国际旅游明珠。桂林风景秀丽,以漓江风光和喀斯特地貌为代表的山水景观,有山青、水秀、洞奇、石美“四绝”之誉,是中国自然风光的典型代表和经典品牌。“千峰环野立,一水抱城流”,景在城中,城在景中,是桂林城市独具魅力的特色。凭着丰富的旅游资源和独具特色的城市魅力,桂林市历届政府大力发展旅游业,旅游业实现跨越式发展,目前年接待入境游客上百万人次。桂林市是首批“中国优秀旅游城市”;是世界旅游组织向全球首推的中国最佳旅游目的地城市;是“国家园林城市”、“国家卫生城市”和“国家环保城市”,是“中国最佳魅力城市”和“中国最安静城市”,也是一个最适合人类居住、幸福指数很高的城市。

译文: Situated in the northeastern part of Guangxi Zhuang Autonomous Region, Guilin has enjoyed the reputation of having the most fantastic natural landscapes not only in China but also abroad. Its dreamy natural scenery and unique ancient architecture from the Qing and Ming Dynasties astound visitors from home and abroad. Visiting Guilin and discovering its natural wonders, such as its magical green pinnacles, crystal-clear water, picturesque rocks and intriguing caves, can provide a never-ending journey for every visitor. Now is the prime time to travel to Guilin and experience this charming and historic city in all its splendor. Guilin is not only a perfect place for living, but also an extraordinary, eco-friendly tour destination.

原文信息繁杂,包含许多“千峰环野立,一水抱城流、景在城中,城在景中”这些对仗工整但意义缺失的词句,以及一些国家级的荣誉称号。译者结合读者需求与文化背景,将原文的信息进行了整合并且删除了其中的冗余信息。但译文仍然存在着不足之处,例如使用“the most fantastic natural landscapes not only in China but also abroad”这样一些过于主观性的评价性词语,以及“Qing and Ming Dynasties”这样一些对外国游客无实际意义的词语,这些描述并不能增加他们对桂林的了解,有时过于夸张的词语反而会起到适得其反的作用。^[4]建议改译如下:

Situated in the northeastern part of Guangxi Zhuang Autonomous Region, Guilin boasts beautiful Lijiang scenery and one of the most impressive Karst landscapes. Its natural wonders, such as magical green pinnacles, crystal-clear water, picturesque rocks and intriguing caves can provide you a unique experience. So lose yourself in Nature's beauty by cruising down the Lijiang River and the Taohuajiang River. You won't be disappointed.

旅游信息文本中应该保留突出景观特征的信息。桂林旅游资源的两大特色就是喀斯特地形和漓江风光,因此,在改译中第一句就点出了桂林的这两大特色,后面则保留了原译文中对景观所作的客观描述的信息,去除了主观评价性过强的词汇,这样处理以后能够使读者更加清晰直观地感受到桂林风景的秀美,较好地达到了宣传效果。

三、结 语

国内一些知名旅游网站提供相应的英文网页,其目的是为了通过信息的传输服务广大国外游客,宣传景点与相关中国文化。而这些最终能否被接受,能否产生积极正面的影响,很大程度上取决于信息内容及呈现方式是否在受众认同接受的范围内,因此译员在对各种信息进行筛选和处理时,应该从文本的目的出发,以读者的视角来翻译,在翻译过程中也要注意多方查证、仔细思考,使翻译目的能够最大化地实现。

[参 考 文 献]

- [1] 张锦兰. 目的论与翻译方法[J]. 中国科技翻译, 2004.
- [2] Christina Nord. Translating As A Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001.
- [3] 李长栓. 非文学翻译[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2009.
- [4] 朱志瑜. 类型与策略: 功能主义的翻译类型学[J]. 中国翻译, 2004(3).
- [5] Eugene A. Nida. Language and Culture: Contexts in Translating[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001.
- [6] 刘慧梅. 从文化角度看旅游资料的英译[J]. 中国翻译, 1996(5).