

文章编号: 1673-2804(2010)05-0165-03

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

朱盼盼

(宁波大学 外语学院, 浙江 宁波 315211)

关键词: 政府网站; 旅游翻译; 交际原则; 误译

摘要: 近年来, 政府网站英文版迅速发展, 旅游作为其中的一个版块, 也成为对外宣传的一个重要渠道, 备受国外读者的青睐。但浏览众多网站, 发现翻译质量却不尽如人意。以 Peter Newmark 的“交际翻译”为理论框架, 以杭州市政府网站英文版的“tourism”一栏为文本, 从景点的名称和内容介绍两方面对其进行误译分析, 认为旅游翻译应该注重基本信息的传递, 去除华丽的溢美之词, 化虚为实, 吸引读者, 真正发挥政府网站的对外宣传作用。

中图分类号: H315.9 文献标志码: A

政府官方网站英文版是政府对外交流的有效渠道, 是对外宣传的重要窗口, 国际交流的网络纽带。而旅游作为其中一个重要版块, 也越来越成为外国人关注的焦点。如何向外国人介绍中国美丽、丰富的自然和人文景观, 推介中国文化, 已成为中国旅游界和翻译界面临的重大挑战。^[1]

“上有天堂, 下有苏杭”, 杭州作为一个旅游大省, 每年都吸引着大量的外国游客。但笔者浏览其英文网站时却发现, 其翻译质量却并不尽如人意。就像有学者提出的: 在景点翻译时因循国内大众的思维共性, 忽视国外读者(潜在游客)的实际需求, 未能考虑他们的信息需求、心理习惯、思维共性和言语表现方式等因素, 未能进行必要的翻译调整, 从而造成信息无法有效传达, 导致宣传失败。^[2]所以, 觉得有必要开诚布公地指出来, 以唤起各级政府重视英文网站的建设, 真正发挥其在对外开放和经济发展中的作用。

一 英汉旅游资料的语言特征和风格的差异

首先来看两篇分别摘自于中美政府网站的景点介绍:

例 1. 距桐庐县城五公里, 是目前桐庐所有景点中规模最大、内容最丰富、最具特色的天然石海景色。石中有林、林中有石、林石相映、泉水叮咚, 不似云南石林, 胜比云南石景。“一生必游, 终生必受”。被古人称为“阉苑山水为一邑之冠”。宋明石刻, 洞室神雕, 江南无双。百米龙瀑, 腾空飞舞, 邑内一家。一路流泉、穿插翻腾, 声声夺人, 至全景却是层层叠叠山、高高低低峰、弯弯曲曲洞、叮叮咚咚泉、郁郁葱葱林、潇潇洒洒竹、奇奇怪怪石、形形色色洞、巍巍峨峨寺、清清静静庵。景区内的活动项目有: 龙泄湖水上飘游, 古驿道、燕青夜过黑峰岭; 阉仙洞、观石刻、历史再现; 戏猴坪——观生态

猕猴; 特色帐篷露营地; 千年古塔(骨塔); 高山草地趣味烧烤; 阉苑石景天地。^①

例 2. Yellowstone National Park is America's first and foremost National Park, drawing over three million visitors yearly. Established in 1872 by the United States Congress "for the preservation of its many wonders and" for the enjoyment of the people" and now encompassing 2.2 million acres, Yellowstone in 2006 celebrates its 134th anniversary. The Park has five entrances and some 370 miles of paved roadway. Situated in the northwest corner of the Wyoming frontier, Yellowstone is a treasure that inspires awe in travelers from around the world, boasting more geysers (about 250 active geysers from amidst 10,000 total thermal features) than anywhere else on the globe. Situated atop a huge volcanic basin, Yellowstone is home to thousands of active thermal features, including the world renowned Old Faithful Geyser. Yellowstone is also known for the spectacular Grand Canyon of the Yellowstone which is 1200 feet deep and highlighted by the powerful Lower Falls. Yellowstone is also a pristine mountain-range wilderness and an open refuge for wild life, including grizzly bear, elk, American bison, moose and wolf. In recent decades, it has been recognized that Yellowstone and the surrounding area are a biological unit which is referred to as the Greater Yellowstone Area.^②

上面例一是杭州著名景观阉苑石海的介绍, 例二是美国著名景点 Yellowstone National Park 的介绍。由两例可以看出, 汉英网站中景点介绍的主要目的都是要展示景点的无穷魅力, 从而吸引读者前来观光旅游。但两者在语言表达方式

收稿日期: 2009-11-05

上却存在着明显的差别:汉语常引经据典,多用四字成语,文笔优美、韵律和谐、讲求情景交融,往意境深远,有一种虚幻的朦胧美;而英语则相反,它强调理性,注重基本信息的传递,很少有意境的渲染,简单通顺,行文朴实无华,更多的是一种流畅自然之美。同时,英美旅游篇章重在景点地理环境、服务设施、优势与不足诸方面的纯信息传递,对风光景色的描述性篇幅则着笔不多,而汉语的介绍更加突出旅游资源的社会身份特征,如社会影响、历史沿革、发展业绩,突出旅游资源的风光景色和人文特色,尤其是史书和文学作品及诗歌对于景点的颂扬和描述占了较大篇幅。^[3]

二 旅游文本类型及交际翻译

英国著名翻译家 Newmark(1981)^[4]将语言的功能分为三种:表达功能(expressive function)、信息功能(information function)和呼唤功能(vocative function),并按照语言的功能将文本的类型分为三种:表达功能型的文本,包括诗歌、小说、戏剧等富于想象力的文学作品、权威性的声明、自传、散文、私人通信等;信息功能型文本,即以科技、工商、经济为主题的一切格式文本;而呼唤功能型文本指的是能够感染读者并使其“获得信息”的所有文本。Newmark(1981)介绍了两种翻译方法:语义翻译和交际翻译。语义翻译意在表现原作的思维过程,力求保持原作的语言特色和独特的表达方式,完整再现语言的表达功能;而交际翻译的关键在于传递信息,让读者去思考、去感受、去行动,发挥语言传达信息、增强效果的功能。Newmark指出表达型文本应侧重语义翻译,信息型和呼唤型文本应侧重于以读者为中心的交际翻译。旅游文本最直接的目的是将景点的信息传递给读者,属于信息型文本,同时也潜在的以吸引读者来观光旅游,从这方面来说,也属于呼唤型文本。所以,在翻译过程中,应该运用交际翻译的相关手法,要考虑到读者的文化和接受能力,将译文读者放在第一位,处处为译文读者着想,从而达到更好的对外宣传的效果。

三 网站旅游资料误译分析

本文以杭州市政府网站英文版为例,截取其中的“Tourism”一栏,分别从景点名称和景点介绍的英译这两方面进行误译分析:

1 景点名称的误译

正如一位学者所说“如果我们把旅游景点名称翻译的过程比作石刻的过程,那么对于景点名称的分析就好比对于石材本身的分析,进行雕刻首先要分析清楚此石料属于什么类型的石头,此类石头有哪些特点,此石头又有哪些自己的独特之处,只有弄清楚这几个方面才能因势利导,发挥石头的最大特点,做出最佳的雕刻艺术品。对于景点名称翻译也是一样……”。^[5]所以在翻译一些景点名称时,不能单纯的音译或直译,必须了解景点名称的由来、蕴含的深刻文化内涵,否则非但不能有效地传达原文的意图,反而会造成不必要的误解。

例 1. 富春桃源 原译: Fuchun Peach Garden

桃源即指桃花源,是东晋诗人陶渊明在《桃花源记》中所构想理想图画。在这个桃花源世界里,没有剥削、没有压迫、没有人间尔虞我诈,有的是一个环境宁静、风景优美、人民淳朴、和平劳动、生活幸福的世界。事实上,富春桃源景区,位于浙江省富阳市西北胥口镇,景区总面积15平方公里,由岩岭湖水乐园、野槠林生态谷、九霄碧云洞、休闲鹤舞坪、桃园三家村五大旅游区块组成,整个富春桃源是一座融山、水、林、洞、湖泊于一体的新景观。借用桃源两字给景点命名,也无非是为了向游客展示田园生活的意境,召唤人们抛弃城市的喧嚣,到大自然中去放松自己。而若直译成: Fuchun Peach Garden相信外国人一定会误以为是一个叫富春的结满桃子的果园,这样一来,不仅不能准确的传达原意,反而还会造成不必要的误解。

在《英汉大词典》中:“wonderland”^[6]一词,解释为“仙境”,并将“Scenic Wonderland”译成:“宛如仙境的风景区”。

笔者受此启发,试将其译为: Fuchun Wonderland

例 2. 灵山幻境 原译: Lingshan Hill Illusion

《英汉大词典》中:“illusion”^[7]一词有四个义项:1. 幻影 2. 妄想; 3. 错觉; 4. 薄纱; 绢网。通常指感觉似为真实,但实际并不存在或公认为谬误的事物。而灵山幻境,历史上称“云泉灵洞”,是一个由24个溶洞组成的溶洞群。洞中钟乳石、石笋等琳琅满目。原译者用此词,意在表达灵山溶洞形态之奇特、造型之美观、洞壁之深邃,实属罕见,故而吸引更多的游客去观光旅游。但这样的一华丽词藻却容易让人产生误解,使人望而却步,可直接改为 Lingshan Hill Cave,从而化虚为实,简洁易懂。

总之,景点名称是游客接触到的第一道风景。^[8]所以在给景点名称进行英译时,应以 Newmark的交际翻译为指导,充分考虑东西方思维和审美情趣的不同,化虚为实,从而达到传达原意为目的。

2 景点内容介绍中的误译

在景物描写方面,汉语往往是词藻华丽,大量形容词堆砌,排比对仗随处可见,而英文则朴实无华,语言简练,少有意境渲染。这就要求在汉译英时,要时刻意识到这种差异,了解国外读者的思维特点和审美习惯,明确读者的实际需求,选择最为恰当的语言表达方式,化虚为实。

例 1.

原文:天目火山大石谷地处杭州临安西天目。火山岩巨石最多,2002年编入世界吉尼斯之最,巨石成谷,清泉满谷,称为石水圣景,峡谷仙境。可与世界著名的澳大利亚大陆岛石谷相媲美。石谷地貌奇特,野趣浓郁,以森林、奇石、碧潭、飞瀑、火山口、冰川遗迹构成一条壮观的山野长廊……幽深的林木、清新的空气、静态的巨石、动态的急流、呼啸的涛声五重组合,无愧中华生态旅游最佳景区的称号。大自然的鬼斧神工定让您心旷神怡、叹为观止。文坛泰斗金庸看了石谷后写下了“石谷有灵气,灵石成山谷”。该景区夏季温度低于该外界5-10摄氏度,是避暑纳凉胜地。石谷两边林木葱茏,

山花烂漫, 飞禽走兽出没无常, 百鸟争鸣; 幽深的林木, 清新的空气, 静态的巨石, 动态的急流, 呼啸的涛声的五重组合, 可称中华一绝。身临其境, 会使您留连忘返。

原译: ① Tianmu Stone Valley also named Volcano Stone Valley is located in Lin an Zhejiang and adjacent to the West Tianmu Mountain Kingdom of virgin forest ② Its long valley huge stones of unique shapes and abundant water resource is as rare as those in the Stone Valley in Australia ③ This natural corridor is composed of green mountains clean water peculiar stones running waterfall deep ponds and quiet valley ④ In summer the temperature is about 5-10 °C lower than that in outside area ⑤ This miracle features exuberant plants and a variety of animals perfectly combines serene trees fresh air still stones running water and green pond dell ⑥ It is a good place to prevent sunstroke because its temperature is lower 5-10 °C than outside ⑦ Waterfall comes from the stones formed by the volcano activated before 150 million years ⑧ This stone valley came in being through the Glacier Move of the Quaternary Period ⑨

对照原文和原译, 我们便可以看出, 译者在翻译时, 已经注意到了东西方思维的不同, 考虑到目标读者的接受度, 能够不拘泥于原文, 有意识地删掉了一些冗余的信息, 如关于谷内千姿百态的巨石和碧潭的名称, 这无疑是好的。但细读译文, 却又发现, 原译文中④与⑥明显的是内容重复, 只是变换了一个说法而已。更令人不解的是, ②③⑤三句话出现了大量的形容词+名词的结构, stones—词先后用 huge peculiar still 来修饰; water (waterfall) 用 abundant clean running valley—词先后用 long quiet 而 deep ponds green pond 也是随处可见。大量的运用形容词堆砌, 并多处重复, 无疑是华而不实, 累赘臃肿, 这些矫揉造作、自我评价的话纯属多余, 必须要毫不犹豫的删掉。多年从事对外宣传出版工作的老翻译家段连城称这种汉英翻译为“减肥”, 指的就是对堆砌词藻的“泛美”文字予以加工, 删去“溢美不实”之词, 这样才能取得对外传播的效果。^[9]

可改译为: Located in Lin an Zhejiang Tianmu Stone Valley also named Volcano Stone Valley which came in being through the Glacier Move of the Quaternary Period Its long valley huge stones of unique shapes and abundant water resource is as rare as those in the Stone Valley in Australia The temperature is 5-10 °C lower than outside which makes here a wonderful summer resort

例 2

原文: 灵山幻境, 历史上称“云泉灵洞”, 于 1982 年被发现, 1985 年正式对外开放。灵山幻境是竖井式的石灰岩分层溶洞, 共 8 个大厅, 分上下两层, 中间由一高 48 米、陡峭度 85 度的石栈天梯相连接, 总面积约 6000 平方米。洞中钟乳石、石笋等琳琅满目, 其景观最大特点是“高大、雄伟、壮观、开阔”。

原译: Lingshan Hill Illusion also called Lingshan Hill Cave, this scenic spot has a history of more than 1 500 years Unlike other caves this cave of 4 000 square meters is styled with a distance of 109 meters from the top to the bottom It has five sections KYlin Welcoming Guests World at Cave Water Bottom Comparable to Kunlun Heavenly Poles Hall and Huge Clouds Basin The stalactites hold thousands of shapes they look very like flowers fruits birds beasts a celestial being lying on his stomach running tigers or hares The most spectacular are the scenes of Beautiful Silk and Satin Opening Place and Swift Waterfall of Jade Lous Lingshan Hill Illusion boasts over its highness and rarity and the integration of wind water air and waterfall Lingshan Hill Scenic Resort consists of 24 caves namely Lingshan Hill Cave Spring Cave Wind and Water Cave Empty Cave Within a Hole etc

景区的汉语介绍主要从其历史、构造、特点等几个方面做了简单的描述, 注意到了基本信息的传递, 简单明了。可读完译文, 却发现凭空增加了很多寓意深刻的景区名称。外国人读完这样一段英文介绍, 相信一定会一头雾水, 没了耐性。另外, 从谋篇布局上看, 前面一直在讲 Lingshan Hill Cave, 而最后却加了一句: Lingshan Hill Scenic Resort consists of 24 caves namely Lingshan Hill Cave Spring Cave Wind and Water Cave Empty Cave Within a Hole etc, 明显的与全文内容的衔接不够。所以英译时是要“交际翻译”为原则, 以基本信息的传递为主线, 考虑到读者的信息需求, 对翻译内容进行适当的调整, 省译掉那些关于名称的晦涩介绍。

可改译为: With an area of more than 6 kilometers Lingshan Hill Cave is a shaftwell limestone layered cave which has 8 sections It attracts visitors because of its significant stalagmites and stalactites which hold thousands of shapes Lingshan Hill Cave boasts over its highness and rarity and the integration of wind water air and waterfall You can fully enjoy the scenery of the splendid nature here

四 结语

政府网站英文版是对外宣传的重要门户, 其旅游版块也成为介绍景点, 吸引外来观光旅游的重要媒介。然而, 译者却往往忽视了国外读者的心理习惯和审美情趣, 以国内大众的思维共性左右英文翻译, 在语言方面导致辞藻华丽, 冗余信息充斥, 重虚轻实; 陌生信息杂陈, 令人不知所云, 从而使这些网站的宣传成了摆设, 几乎无人问津, 没有发挥应有的作用。^[2]所以, 在政府网站英文版中, 应充分考虑国外读者的思维特点和审美习惯, 了解他们的实际需求, 以基本信息的传递为首要目的, 化虚为实, 选择最为恰当的语言表达方式。也只有这样, 才能真正发挥其对外宣传的作用。

(下转第 172 页)

Ideology and Translation

—— Talking about Guo Moruo's translation of Ode to the West Wind

BIAN Lihong XIONG Yan

(Foreign Language School Changsha University of Science and Technology Changsha Hunan 410114 China)

Key words: blank verse; dominant ideology; translator's individual ideology; manipulation

Abstract: Translation is not only a kind of conversion between linguistic codes, but also a competition between cultural and political systems. The translator who lives in a certain culture invariably bears ideological imprint in the course of his translation practice, which includes the choices of translated materials and the various decision makings. The essay made a case study analysis of Guo Moruo's translation of Ode to the West Wind written by Percy Bysshe Shelley, analyzed the translation process that is manipulated by ideology so as to grasp more clearly the nature of translation and the complexity of translation activities.

(上接第 167 页)

注释:

① 如无特殊说明, 本文所有的中文景点介绍均出自中国杭州政府官方网站旅游在线 <http://www.hangzhou.gov.cn/main/4pd/lpd/> 所有的英译文都来自其英文版: <http://www.hangzhou.gov.cn/main/4pd/English/Tourism/LP/>

② 摘自 <http://www.yellowstone.nwy/introduction/general.htm>

③ 序号为笔者所另加

参考文献:

- [1] 夏宏钟. 旅游景点介绍折射出的中西方思维差异分析[J]. 商场现代化, 2008(3).
- [2] 杨国民. 旅游网站的外宣翻译应“内外有别”[J]. 大众科技, 2007(8).
- [3] 杨敏, 纪爱梅. 英汉旅游篇章的跨文化对比分析[J]. 外语与
- [4] 外语教学, 2003(11).
- [5] Peter Newmark. Communicative and Semantic Translation[A]. Approaches to Translation[C]. New York: Pergamon Press, 1981.
- [6] 高云奇. 中文旅游景点名称的英译[M]. 广告大观, 2005(11).
- [7] 英汉大词典. (全新版: 大字本)[M]. 北京: 商务印书馆国际有限公司, 2007: 1820.
- [8] 英汉大词典. (全新版: 大字本)[M]. 北京: 商务印书馆国际有限公司, 2007: 774.
- [9] 陈姗姗, 高嘉正. 佛教圣地旅游文本英译探讨——以九华山风景区的汉英翻译为例[J]. 上海翻译, 2008(3).
- [10] 马松梅. 一旅游景点的英译文引发的思考——谈汉、英民族不同的语言审美观[J]. 山东师范大学外国语学院学报, 2003(3).

On the Translation Mistakes of Tourism in Hangzhou Governmental Website

ZHU Pan-pan

(College of Foreign Languages Ningbo University Ningbo Zhejiang 315211, China)

Key words: official website; tourism translation; Communicative Translation; mistranslation

Abstract: Recently, the English version of official website is booming. As one of its sections, tourism translation is considered as an important publicizing vehicle. However, study reveals that some are poorly done. Based on Peter Newmark's "Communicative Translation", this paper tries to analyze the mistranslation of the names and introduction of scenic spots in Hangzhou official website. It is suggested that tourism translation should be tourist-oriented and adopted to translate implicit meaning into explicit so that to transmit the basic information.