

跨文化视角下的旅游英语翻译策略

朱淑娜 王 荟[▲]

闽江学院外国语学院,福建福州 350108

[摘要] 跨文化意识在旅游英语翻译中发挥着举足轻重的作用。福州“上下杭”历史文化街区是继“三坊七巷”后又一重要的城市新名片,然而,该景区旅游翻译体系尚未健全,存在着中英文标识不齐全、英文单词拼写错误、译文无法准确传递文化信息等问题。只有重视旅游英语翻译中的跨文化因素,培养跨文化意识,才能提高翻译的准确性,从真正意义上实现中西文化的交流。

[关键词] 跨文化; 旅游英语; 翻译; “上下杭”

[中图分类号] JF592.7

[文献标识码] A

[文章编号] 1671-7740(2021)13-0037-02

引言

在全球化的趋势下,我国与世界各国的交流和往来日益频繁。旅游英语翻译在其中扮演着不可或缺的重要角色,它不仅是一种跨语言的交际沟通,更是典型的跨文化交流活动,其质量好坏直接影响着我国旅游业的发展以及中国文化的对外传播。

“上下杭”(或称“双杭”)历史上曾是福州的商业中心和航运码头,也是福建海洋文化和闽商的发祥地之一。如今,它被打造成具有浓厚的中西合璧建筑文化特色和典型的福州闽商文化特色的传统街区,成为继著名的“三坊七巷”之后又一城市新地标^[1]。然而,该景区的英文翻译体系存在诸多问题和缺陷。本文在跨文化的视角下,分析该景区的标识牌、景点文字解说、景点宣传册等英译中存在的问题,并探索解决对策与方法,从而推进该景区旅游英语翻译的规范化、人性化,提高翻译的质量,将具有特色的本土文化传递给全世界。

一 跨文化意识及其在旅游英语翻译中的重要性

西方著名学者 R.G Hanvery 在 1979 年首次提出“跨文化意识”的概念。依据其观点,跨文化意识是指在跨文化交流中,参与者在对本土文化和外国文化的敏感性认知的基础上,根据外国文化调整自己语言理解的自觉性^[2]。

旅游英语翻译与普通文本翻译有着很大的不同,它不仅是不同的语言之间的转换,在一定意义上还是跨文化交际工具^[3]。每个国家和民族的文化由于其发展过程的差异都有独特的文化内涵和表现形式,这就要求译者不仅要精通源语和目的语的语言,更要熟悉它们的文化,译文除需翻译原文的字面意

[基金项目] 2020 年国家级大学生创新创业训练计划项目(202010395004)。

[▲]通讯作者

义之外,更需要考虑其深层次的历史文化根源。在这个过程中,跨文化意识起着至关重要的作用,它对旅游英语翻译有着指导作用,可以有效地避免语用失误、交流误解或交际失败。跨文化意识指导下的旅游英语翻译不仅能准确、有效地传递信息,更能让旅游者在欣赏自然风光的同时,对目的地所蕴含的历史文化、人文精神有更充分的了解、产生更浓厚的兴趣,从而获得理想的旅游体验。

二 福州“上下杭”景区翻译现状及存在的主要问题

“上下杭”位于福州市台江区西南部,由上杭路和下杭路组成,故又称作“双杭”。其历史可追溯到北宋元祐年间,自古便是闽省各地商品运入省垣的集散中心,是闽商文化的发祥地。2014 年,上下杭保护修复工程全面启动。经过改造,形成了具有浓厚的福州中西合璧建筑文化特色和典型的福州闽商文化特色的传统历史文化街区^[4]。它凝聚了福州地域文化、城市文脉、空间特色,是构成福州历史文化名城的重要组成部分^[5],成为延续闽商百年繁华的城市新名片、新坐标。

(一) 译文存在基础单词用错现象

景区里的会馆,如永德会馆、兴安会馆、南郡会馆等的翻译大多为拼音注释,且词语“会馆”被翻译成 hill,这是明显的用词错误,如:南郡会馆被译为“Nanjun Hill”,应该改为 Nanjun Hall。另外,有一处展示牌上的译文出现明显错误:“会馆商帮物件·民国”被译为“The Guild Shop Helps Old Objects. The Republic of China”,应该译作“The articles of the merchant gang in the guild hall during the Republic of China period”。

(二) 译文未能准确传递文化信息

上下杭的“杭”字是由“航行”的“航”字演变而来的,这种谐音字的翻译对翻译工作者而言也是一个难题。因此,景点名称的翻译直接采用拼音的

形式,译作“Shang Xia Hang”,这样翻译难以将上下杭的内涵展现给外国游客。

此外,“商号”单独使用的意义为“厂商字号”,其英文翻译为“trade name”。上下杭里有一处建筑,名为“合春商号”,译作“HeChun Trade”。英语单词trade作名词有商业、贸易的含义,但合春商号是道光年间杨氏兄弟创办的企业,由此我们认为商号也就是公司的意思,可译作“Hechun Firm”。

再如,“古田会馆”被译为“GuTian Hotel”。古田会馆在历史上是提供住宿,储存与运输,交际的场所,具备“酒店”的功能和含义。可是现如今,古田会馆已成为展馆,“hotel”一词显然不合适。

(三) 景区英语翻译不成体系

首先,景区内地名英译的大小写十分混乱。如罗氏绸缎庄“Luoshi silk shop”、福州市商会“Fuzhou chamber of commerce”,这两处翻译中该大写的地方均没有大写。

其次,地名英译中有的采用“拼音+英文”的译法,有的又采用全拼音的译法,没有统一。如:采峰别墅“Caifeng Villa”、上杭路“ShangHang Lu”、中亭街“ZhongTing Jie”。

除了上述标识牌的问题外,上下杭没有配套的英文宣传资料或游客手册,更没有专门负责英语导游服务的人员。景区的英文导游培养是景区涉外宣传和推广的重要问题,也是景区听觉系统构建的重要一环^[6]。这些服务的缺失势必会影响外国游客的旅游体验,甚至影响到地方的形象、经济的发展乃至整个国家的形象。

三 跨文化背景下的旅游英语翻译策略

(一) 音译与意译相结合

外国游客来到景区通过景点名称来了解景区的文化信息,一味采用音译的方式翻译景点名称难以传达背后的信息,如“罗氏绸缎庄”的译文“Luoshi silk shop”可换作“Roche Silks & Satins”,不仅更容易让游客理解,也更加地道。

(二) 删减法与注释法相结合

英文与中文存在表达习惯的差异,汉语重意,辞藻华丽;而英语重型,表达方式简单明了。译文若想达到自然流畅的效果就必须进行删减。在翻译时,将删减法和注释法相结合,一方面是对中文译本进

行省略,另一方面是提取译本的核心,避免外国游客不知所云。

(三) 跨文化意识人才的培养

在旅游业一片向好的趋势下,如何将本地文化准确传递给世界,将我国经济、文化传播到世界各地,这对跨文化人才培养提出了巨大的挑战。高校是跨文化人才培养的主阵地,跨文化人才不仅需要拥有扎实的专业基础,掌握熟练的外贸知识,还需要了解不同文化背景下人们的生活习惯、传统文化、价值观等跨文化信息。

跨文化意识的培养不仅仅是为了满足旅游英语翻译人才需要,更具有时代意义:在经济全球化背景下,在一带一路的倡议中,培养具有高度跨文化敏感度的高素质人才,让语言不再是多元文化背景下沟通的障碍。

四 结语

福州市“上下杭”历史文化街区的中英翻译体系的构建处在起步阶段,这一体系的建设将耗费大量的人力、物力,工程量大,但它带来的价值无法用数字估量,它肩负着向全世界的游客展示上下杭文化的使命,具有重要的时代意义。景区要提升竞争力就必须不断提升文化信息量,如何填补这个空缺,将上下杭的文化信息传递到世界各地,就要依靠景区里的旅游英语翻译工作者,在进行旅游英语翻译的过程中注重跨文化意识的培养,用跨文化意识进行旅游英语的翻译。

[参考文献]

- [1] 魏喆铭. 福州文投: 文旅融合擦亮榕城名片 [J]. 海峡通讯, 2018, (6): 20-21.
- [2] R.G.Hanvey. Readings in Cross Cultural Communication [M]. New York: Newbury House, 1979.
- [3] 张富民. 译者跨文化交际意识培养与运用质性研究 [J]. 大学教育, 2020, (1): 112-114.
- [4] 王荟. 本土文化在地方高校旅游英语教学中的渗透——以闽都文化为例 [J]. 岳阳职业技术学院学报, 2018, (33): 63-65.
- [5] 田梅霞. 探析福州上下杭历史商业街区特色与价值 [J]. 河南科技, 2013, (12): 135-136.
- [6] 檀东榕. 文化旅游景区的英语翻译——以三坊七巷为例 [J]. 旅游教育管理, 2011, (8): 87-88.