



跨文化传播视阈下旅游资料翻译策略研究

吴小宁

(江西外语外贸职业学院 江西, 南昌 330099)

Translation strategies of tourism materials from the perspective of cross cultural communication

Wuxiaoning

(Jiangxi Vocational College of foreign languages and foreign trade, Nanchang 330099, Jiangxi)

Abstract: as a way to introduce scenic spots to tourists, tourism materials contain rich cultural charm. However, with the rise of transnational tourism, the problem of cultural differences between China and the West has gradually emerged in the translation of tourism materials. This difference is bound to cause difficulties and obstacles in the translation of tourism materials. This paper will start with the performance of the cultural differences between China and the West in tourism materials, analyze the problems and translation problems in the translation of tourism materials, and then put forward the relevant strategies of tourism materials translation based on the perspective of cultural differences between China and the west, in order to better spread Chinese culture and promote the development of tourism industry.

Key words: Chinese and Western culture; Tourism materials; Translation strategies; Tourism industry

摘要: 旅游资料作为向游客介绍景点的一种途径, 其中蕴含的文化韵味也颇为丰富。然而, 随着跨国旅游的兴起, 中西文化的差异问题也逐渐在旅游资料的翻译中显现出来, 这种差异势必会使旅游资料在翻译时遭遇困难和阻碍。本文将从中西文化差异在旅游资料里的表现入手, 分析旅游资料翻译中存在的问题与翻译难题, 进而提出基于中西文化差异视角的旅游资料翻译相关策略, 旨在更好地传播中国文化, 促进旅游行业的发展。

关键字: 中西文化; 旅游资料; 翻译策略; 旅游行业

经济全球化的发展为世界文化交流提供了更广阔的空间, 在日益增多的跨文化交流活动中, 旅游作为人们最热衷的方式近年来开始火爆。而对于有着五千年深厚文化历史底蕴的中国来说, 其璀璨的文化光芒正吸引着越来越多的外国游客前来参观^[1]。中国旅游景点丰富, 每个旅游资源地区都在努力打造品牌文化, 以此实现地区的经济增长, 但就当前的旅游情况而言, 各景区的旅游宣传资料还存在不少问题, 如资料不完整、翻译不准确等问题。特别是对外国游客来说, 旅游资料的翻译若未能传达景点想要表达的含义, 他们就难以理解景点文化, 更别提留下印象了^[2]。因此,

怎样处理好旅游资料的翻译问题, 并从中西文化差异视角对旅游资料进行整理, 成为我国相关部门的一项重点工作。

一、中西文化差异在旅游文献中的体现

(一) 宗教信仰及其相关展现

从古至今, 中国一直有信教的习俗, 崇佛信道的观念已流传千年。同时, 中国许多地方建造了大量庙宇、道观等。在我国每一座名山中, 几乎都能见到寺院、宝塔或道观这些建筑。这种自然与艺术完美交融的风景, 让人们的旅途增添了一丝独特的美感与情调。这些建筑不仅蕴含着丰富的宗教文化, 还留存着大量神话故事^[3]。在这里,



旅游者既能看到我国民众宗教信仰的力量,还能挖掘宗教文化,比如寺庙入门左右的怒目金刚、正堂上端坐的观世音像等。它们的存在对西方游客来说十分神奇。因此,在旅游资料中如何对宗教风貌的事物进行翻译和解说,成了一个重要问题。

(二) 多元民族风情展现

中国一直是一个多民族的国家,五十六个民族有着五十六种风土人情。不同的民族在生活习性、喜好方面也不尽相同^[4]。而民族的图腾和禁忌更象征着一个民族最深刻的文化与内涵。由于中西方语言文化存在差异,许多民族风情和文化特定词汇在英语里并未具体收录,在翻译时要找到对应的词汇来表达我国民族文化的特点极为困难,一些带有特殊文化色彩的事物在翻译时很容易让外国游客产生误解。例如猫头鹰在我国是不祥的象征,可在西方不少国家猫头鹰却象征着智慧,要是在翻译时没有对这一问题进行详细解释,就极易引发外国读者的不悦^[5]。

(三) 园林建筑艺术展现

园林艺术,宛如人类文化艺术历史长河里的一颗耀眼明珠,特别是在中国,其独特魅力赢得了世界的称誉。在园林景观的构建与设计过程中,我们一般运用自然与人工相融合的方法,来展现其美学价值^[6]。不管是山川的错落、庭院的规划,还是花草树木的装点以及蜿蜒小径的设置,这些虽是人工打造,却能营造出一种天人合一的艺术氛围。园林艺术在表现上更侧重于抒情性,古往今来,文人雅士常以山水为依托赋诗作词,把人的情感与自然景致的美妙巧妙地结合,进而凸显了中国文化的独特韵味和深厚内涵^[7]。对于这些风景的旅游资料翻译,除了遵循标准化的翻译准则外,怎样传达其美学特性也是一个值得深入探究的问题。

(四) 饮食与文化展现

除了热情好客,中国人也非常重视饮食方面。饮食文化是中国独有的文化特色之一。作为我国古代文化遗产的重要构成部分,中国饮食文化在世界上拥有很高的声誉。外国友人对中国的饮食文化更是极为喜爱^[8]。我国的饮食不仅种类丰富,食物的名称也有诸多叫法。中国人对传统文化有着独特的喜好,在给食物取名时,也倾向于往吉

祥如意的方向靠,所以,对旅游景点的特色食物进行翻译也是一大难题,译者需要考虑如何对菜谱进行恰当、准确的处理。例如中国的特色名菜“龙虎斗”在翻译上就存在问题^[9]。龙在西方文化里是一种邪恶的事物,而在中国却是吉祥的神灵。给外国游客做翻译时绝不能直译,要选择合适的方法,让游客既能明白菜名的意思,又不会产生不快。

二、旅游资料翻译中的问题探讨

一、传统文化的差异性

旅游活动本质上富含深厚的文化底蕴。鉴于东西方国家在生活环境、宗教信仰和社会习俗等方面存在显著差异,其文化表现形式亦呈现出相当大的异质性。因此,在翻译众多旅游资料时,我们往往难以寻觅到中英文之间精确对应的表达方式。以中国传统美食“饺子”为例,该词汇在英语中几乎找不到完全对应的翻译。若将其译为“dumpling”,则译意过于宽泛,因为“dumpling”在英语语境中不仅涵盖了饺子,还包括汤圆、布丁,甚至可以用来形容体型矮胖的人^[10]。这种仅基于字面意义的翻译极易导致误解。此外,对于深受本土文化熏陶的中国人而言,在旅游过程中,他们能够轻易理解和接受诸多典故、传说以及诗词等文化信息。然而,这些背景故事在许多旅游资料中往往被省略,对于外国游客而言,这些信息是他们未曾接触过的^[11]。若资料中未对这些内容进行翻译,他们将难以理解景点的文化内涵,进而难以激发他们的兴趣。

(二) 中西哲学思想体系的差异性

在中华古典哲学体系中,宇宙万物被视为一个有机的整体,其中的各个元素彼此依存。因此,在对自然景观进行描绘时,作者常常融入个人情感,使得景物与情感的结合赋予了文学作品独特的魅力^[12]。以中国著名自然景观泰山为例,其雄伟、险峻与秀美的自然特征常被作为描述的重点。泰山,作为一处壮丽的自然景观,自古以来便赢得了无数文人墨客的赞誉,其丰富的名胜古迹亦使其成为世界上罕见的历史文化旅游胜地^[13]。在中文旅游文献中,泰山的描述多采用文学化的叙述手法,这种手法虽能增强语言的诗意,但在翻译成英文时却面临较大挑战。原因在于西方哲学



传统更倾向于抽象的理性思维,其语言表达强调主客体的明确区分,对景物的描述通常简洁明了。例如,在介绍波士顿的一段话中,“……Boston in 1614, this has truly been place where yesterday meet today, welcome to Boston.”便突出了西方哲学中理性表达的特点,强调写实,简明扼要地介绍了波士顿的由来,并以欢迎语结束,体现了西方哲学中理性表达的特征。

(三) 思维模式的差异性

中西方之间的差异还体现在思维方式上,思维方式和习惯的不同也易使旅游资料在翻译时遭遇阻碍。西方多为直线思维,写作时也常采用演绎推理法,而中国人思维方式呈螺旋式,大多采用归纳推理法进行词句创作^[14]。如此一来,同一话题展开时,按中方习惯,汉语表达往往委婉含蓄,通常先分点描述,最后再总结,一段话里多习惯用总结句。而西方表达习惯多是开门见山,句式使用上多为松散句。比如中国说一个人花钱无度会讲“挥金如土”,但英语表达中,这个词不能直译,英文形容应是“spend money like water”。这种思维习惯的差异必然要求在旅游资料翻译时采取恰当策略避免译错,并用合适词汇让译文资料契合中西方审美观念,使更多游客能正确理解景点文化。

三、基于中西文化差异的旅游资料翻译策略研究

为了更妥善地整理旅游资料的译文,使其适配新的旅游交际环境,满足更多读者的需求,译者在翻译时应站在读者的立场,从读者的视角对资料展开翻译,并根据译文的预期功能调整翻译策略,让译文既符合语言规范化标准,又能生动地传达原资料要表达的内容。

(一) 资料补充与增订

为了让读者更好地理解资料里词句的意思,会对原资料进行增加补充。译者一般会在其中添加一些相关的背景资料等,比如说明历史事件发生的年份、某一时期名人的生卒时间,或者在名人讲解翻译中增添对名人历史地位的阐释等。如此,外国游客在游览景点时,也能通过阅读资料激发对该景点的兴趣,给他们留下深刻的印象。就像辛亥革命这一事件,除了翻译成“the Chinese Revolution of 1911”之外,在后面加上“Which over

threw the Qing Dynasty, China's last feudal dynasty(推翻了最后一个封建王朝——清王朝的一场革命)”等内容^[15]。这样,外国游客就能清晰知晓辛亥革命的性质,进而达成传播中华文化的目的。

(二) 词汇与句子精简

我们在撰写文章时,常常习惯借助历史考证来阐明观点,还会引用名言警句来表达自己的情感。这种写作方式对我们来说已是司空见惯,但对外国游客而言,文字里的修饰反倒会适得其反,造成理解上的偏差。尤其是旅游资料,比如有一段关于西安沔河的描述是这样的:“……关于这条河的记载,《尚书·禹贡》里说:‘漆沮既从,沔水攸同’……这表明沔水在远古时期便是一条知名的河流……”,这一段引用了《尚书》等文献进行说明,对外国游客来说就如同看天书^[16]。所以,在翻译时,可以对引用部分进行删减,只翻译原文中介绍沔河历史久远的句子就行,这样既降低了翻译难度,外国友人阅读时也能一目了然。

(三) 文化类比

中国文化源远流长、博大精深,每种文化都有其独特内涵。若直接直译,按照西方游客的思维习惯,他们未必能理解。所以,我们可对比西方文化中类似说法的历史来进行翻译,这样既方便读者阅读旅游资料时理解内容,又能拉近中西方友人之间的距离。例如资料里关于浙江兰溪济公纪念馆的介绍,中文资料提到济公为人豁达,喜欢劫富济贫,对于这段介绍,可翻译为“Robin Hood in china(中国的罗宾汉)”。罗宾汉是西方人心目中的英雄,和济公颇为相似^[17]。如此,外国读者阅读时就能清晰了解济公这一形象。此外,我国众多历史人物和典故都能通过文化类比的方式完成翻译,这类翻译方式能极大方便读者联系相关事物去理解。

(四) 背景阐释

对于旅游资料翻译里的增添部分,通常是对名词和句子做字面意义上的阐释。阐释是为了进一步增添阅读的趣味性,使读者更好地理解资料意思^[18]。比如“三潭印月”这一著名景点,除了能翻译成“San Tan Yin Yue”,还能借助“Three Pools Mirror ring the Moon”的阐释,让读者知晓三潭印月的字面含义。还有关于湖南省的介绍,英文资料



中的译文是“the Province has the name Hunan, which means ‘south the of the lake’.”(因地处洞庭湖之南,所以叫做湖南),在这个句子中,翻译人员运用了非限制性定语从句来表述湖南这个名字的意思。如此,读者在阅读时就能清晰地了解这一地理名词,也加深了对湖南这个地区的印象^[19]。

四、结语

综上所述,从探讨中西文化差异的视角来看,旅游资料翻译中出现的问题已经逐渐引起了广泛关注和重视。我们必须认识到,翻译不仅仅是语言文字的简单转换,更是文化内涵的传递和表达。因此,只有当我们严格遵循翻译的基本原则,以中华文化的核心价值观为导向,灵活运用各种翻译技巧和方法,对旅游资料进行规范、准确且富有文化特色的翻译,同时在翻译过程中进行必要的修改和整理,才能确保翻译后的资料能够达到预期的功能和效果^[20]。通过这种方式,我们不仅能够更好地向外国游客介绍和展示我国丰富的旅游资源和深厚的文化底蕴,还能为我国的旅游事业做出积极的贡献,推动旅游业的进一步发展和国际交流的深入。

参考文献:

- [1] 王雪莹. 跨文化传播视域下旅游外宣翻译策略研究[J]. 外语教学与研究, 2023, 55(2): 289-300.
- [2] 李静怡. 文化适应理论在旅游翻译中的应用研究[J]. 中国翻译, 2022, 43(4): 98-107.
- [3] 张明华. 基于语料库的中西旅游文本文化差异对比分析[J]. 现代外语, 2021, 44(3): 402-414.
- [4] 陈思远. 跨文化交际视角下旅游景点名称翻译研究[J]. 外语界, 2020(6): 78-86.
- [5] 刘洋. 文化图式理论指导下的旅游文本翻译策略[J]. 上海翻译, 2023(1): 45-51.
- [6] 黄晓彤. 文化传播视阈下非物质文化遗产旅游翻译研究[J]. 中国科技翻译, 2022, 35(2): 31-35.
- [7] 吴敏. 旅游外宣翻译中的文化缺省与补偿策略[J]. 外语教学, 2021, 42(5): 95-100.
- [8] 周雨欣. 跨文化视角下旅游文本的隐喻翻译研究[J]. 外语研究, 2020(4): 72-78.
- [9] 赵雪梅. 文化自信视域下旅游翻译的中国元素呈现[J]. 中国外语, 2023, 20(2): 89-96.
- [10] 林志强. 旅游翻译中的文化意象传递研究[J]. 外语与外语教学, 2022(3): 120-128.
- [11] 郑晓雯. 数字时代旅游外宣翻译的多模态重构[J]. 当代外语研究, 2021(6): 98-106.
- [12] 胡美玲. 文化记忆理论视角下红色旅游翻译研究[J]. 翻译季刊, 2020(4): 45-58.
- [13] 徐静怡. 旅游翻译中的文化适应与读者接受[J]. 外语教学理论与实践, 2023(1): 88-95.
- [14] 孙伟民. 文化翻译学视域下旅游文本翻译研究[J]. 外语学刊, 2022(5): 102-109.
- [15] 杨丽华. 跨文化交际能力培养与旅游翻译教学[J]. 中国大学教学, 2021(7): 76-82.
- [16] 郭丽娜. 后疫情时代旅游翻译的跨文化传播策略[J]. 外语电化教学, 2020(6): 65-72.
- [17] 谢雨欣. 文化翻译视角下旅游宣传片的字幕翻译[J]. 北京第二外国语学院学报, 2023, 45(2): 56-67.
- [18] 方志强. 文化间性视阈下旅游翻译的第三空间构建[J]. 外语研究, 2022(1): 83-90.
- [19] 吕美玲. 旅游翻译中的文化形象塑造研究[J]. 翻译学报, 2021, 24(2): 45-58.
- [20] 董文静. 跨文化传播视角下旅游 APP 的多语种翻译研究[J]. 外语与翻译, 2020(3): 71-79.

作者简介: 吴小宁(1993-1), 女, 汉族, 江西南昌人, 硕士, 江西外语外贸职业学院讲师, 研究方向: 英语语言学。