

生态翻译“三维”转换视角下山东旅游景区公示语翻译研究

丁莹莹

(山东外贸职业学院公共英语部, 山东 青岛 266100)

【摘要】近年来我国与世界各国交流日益加强, 外国游客越来越多, 旅游景区的公示语作为我国文化对外宣传的重要窗口, 其文化传播作用尤为重要, 因此对公示语进行规范性翻译十分必要。本文基于生态翻译学“三维”转换理论分析山东旅游景区公示语翻译存在的问题, 并分别从“语言维度”“文化维度”和“交际维度”提出对应的策略, 以期优化旅游景区公示语翻译质量, 促进景区对外宣传和文化传播。

【关键词】生态翻译学; 旅游景区; 公示语

近年来, 随着入境旅游业的飞速发展, 旅游产业如火如荼地开展起来。公示语作为旅游景区形象展示的媒介, 能够提升游客体验感, 从而帮助游客深入地了解景区的内涵底蕴。因此, 公示语翻译显得尤为重要, 翻译质量和水准体现景区和城市的国际化程度, 影响着我国旅游产业的发展、旅游文化的传播和国际化城市的建设。

笔者实地调研发现山东旅游景区公示语翻译存在一些错误和不足, 影响游客的旅游体验和文化认同感, 需要更多的研究者去丰富和发展, 共同提高景区的对外宣传能力, 帮助外国游客更好地理解中国文化。

一、生态翻译学与旅游景区公示语翻译必要性概述

生态翻译学是从生态视角对翻译理论和实践进行综合性地审视。2002年12月, 胡庚申教授发表了“翻译适应选择论初探”的论文, 奠定了生态翻译学的理论基础。翻译适应选择论是生态翻译学的核心理论, 它主张翻译需要从语言、文化及交际三维度进行策略选择, 才能保持原语和译语的语言生态、文化生态、交际生态的协调平衡。

公示语是一种有效的带有提示和引导功能的文体形式, 广泛应用在生活中。旅游景区的公示语用于引导游客, 宣传景区和提醒安全, 具有宣传性和服务性的功能。陌生的环境下, 公示语可以为游客提供必要的信息和指示, 帮助游客了解并适应新的环境, 确保他们的游览体验和安全。在全球化日益加深的今天, 不同国家和地区之间的旅游交流日益频繁, 精准的公示语翻译能够帮助不同文化背景的游客提供准确清晰的信息, 给游客带来良好的旅游

体验, 促进不同文化之间的交流和理解。

二、山东旅游景区公示语翻译问题研究

笔者对山东部分旅游景区公示语翻译问题开展实地调查, 发现其中存在诸多问题, 这些问题主要涉及语言维度、文化维度以及交际维度。

(一) 语言维度

1. 格式错误

格式错误在公示语翻译中是一个常被忽视的问题, 但其对信息传递和整体效果的影响却不容忽视, 带来的结果是景点标识不够直观, 游客理解有困难, 影响游客的体验感。格式错误包括大小写、拼写、标点符号等方面的错误。例如, 济南趵突泉公园“感应井泉简介”中, “感应井泉”被译为Tel lephathy Well Spring, Tel lephathy属于拼写错误, 应为Telephathy; 青岛大珠山旅游景点“三撞”翻译为“Three Bunm”, 实际应为“Three Bump”; 烟台炮台山公园入口Entrance OF The Park, 应为Entrance of the Park, 英语中实词大写, 虚词不需要大写。

2. 语法错误

公示语翻译中的语法错误可能会给游客带来理解困难、误解甚至不便, 降低景区的形象和游客满意度。单词形式的错误主要出现在单复数混淆、词性使用不当等。例如, 济南大明湖有一句公示语: 为了您的安全, 请勿跨越警示线! 翻译为For safety, please don't across the cordon. 很明显该公示语中don't后面需用动词, 而across为副词或介词, 实际应为cross。

3. 使用拼音

在公示语翻译中, 使用拼音是一种常见的方法,

尤其是在涉及人名、地名等专有名词时。这种翻译方法有助于保持原文的准确性和可读性。但是有些公示语出自中国传统文化,译者很难找到与之对应的译文,如果只有拼音,外国游客会无法理解原文传达的含义或语境,降低公示语存在的价值。

山东省沂蒙山区的团圆崮,译文为 Tuanyuan gu。“崮”通常指的是一种四周陡峭、顶部较平的山,类似于孤峰或山丘。团圆崮由两座圆崮相连而成,一东一西,一大一小,两崮圆润似满月,且紧挨一起,所以取名团圆崮。外国游客看到拼音后,由于没有相关文化的背景知识,完全不知所云。因此,翻译时应该根据实际语境调整翻译策略,保持翻译准确性的同时保留原文的意图,可以翻译为“Reunion Gu”。外国游客看到 reunion 时,会完全理解原文的含义。

4. 漏译

在青岛中山公园里,这些公示语“请勿泊车”“游客免入”“森林防火,人人有责”“路口勿堵,停车向里”都是只有汉语没有英语翻译,因此显得不够完整。只要加上“请勿泊车 No parking”“游客免入 No admittance”“森林防火,人人有责 Caution: No Fire”“路口勿堵,停车向里 Please park inside”,简单的翻译却能使效果更好。

青岛海底世界科普教育区通过展示青岛数年来发展的照片,向游客们呈现了这座海滨城市的历史和变迁。这些照片涵盖了海洋科学技术、中国海上丝绸之路的发展以及青岛融入“一带一路”倡议等多个方面,展示了青岛在经济发展、文化交流和社会进步等方面的历程和成就。建议增加英文展示牌,可以让国际游客更好地理解 and 欣赏这些照片,更深入地了解青岛的历史和文化,促进青岛的国际交流和合作,提升城市国际形象。

5. 名称不统一

一些景点的标识语翻译比较混乱,同一景点会因为翻译的角度、受众的语言习惯或者翻译者个人偏好而出现不同的翻译,这很容易给外国游客带来困扰,误把同一景点认为时多处景点,从而影响他们的体验感。青岛大珠山石门寺有两处不同的翻译,分别为 Stone Gate Temple 和 Shi-men Temple,可统一译为 Stone Gate Temple。在济南大明湖北极阁码头乘船须知中,北极阁被译为 North Polar Temple,而在对北极阁的牌匾介绍中,北极阁被译为 the Polar Temple,两处为一个景点,名称应统一为 North Polar Temple。

(二) 文化维度

公示语不仅是表达思想和信息的工具,还承载着丰富的文化内涵。翻译过程中,译者要了解两种语言的文化背景的差异,避免直译或者字面翻译的陷阱,同时,还需要考虑到目标语游客的接受能力和文化背景。因此,景区公示语的翻译要确保译文传达原文的含义,避免给游客带来困惑或误解。

例如,景区中常有这样的公示语,“芳草青青,足下留情”“小草微微笑,请你绕一绕”,以及“请爱护草地,保护我们的绿色家园”,这些公示语的作用是用来宣传“爱护草地”,“保护环境”这些环保理念,译文均为“Keep off the Grass Please”。原文中的生动与温馨在译文中没有体现,译文中更多的是用醒目且有冲击力的句式告知游客,容易造成与游客的距离感。翻译时可在保持原文意思的基础上,采用直译和意译相结合的方式,使翻译更加贴近目标语言读者的文化背景和阅读习惯。例如,如果原文是“芳草青青,足下留情”,可以翻译为“Flowers and fragrance, your mercy”。

(三) 交际维度

交际维度在翻译时需要侧重于交际上的转换,关注如何有效传达信息和情感,实现跨文化的有效沟通。在翻译过程中,译者需要考虑到不同文化背景下的交际习惯、语言习惯、社会习俗等因素,以确保翻译能够准确、自然地传达原文的含义和意图。

例如,公示语“禁止吸烟”,通用的译本为“No Smoking”。这个译本使用祈使句,语气强烈,语言直白强硬,不容交际对象选择。如果译文采用“Thank you for not smoking here”对游客进行提醒,更有人情味,交际效果会更好。

三、生态翻译学视角下公示语翻译策略分析

从生态翻译学的角度来看,旅游景区的公示语翻译必须综合语言、文化及交际三个维度的考量,以确保翻译既准确传达了原意,又符合目标语言读者的理解习惯。

(一) 加强语言维适应性选择转换

汉语和英语在语法句法和词汇选择等方面有较大差异。公示语翻译在语言维适应性选择转换时必须遵守目标语言的语法规则和句法结构,选择适当的词汇和文本风格,以准确地传达景区公示语的基本信息。

景区告示牌“此路不通”,最好不要直译为“The road is blocked.”,而应尊重中西方语言之间的思

维差异,翻译为“Dead End”。告示牌“当心落水”,从语言维度来看,这个公示语是一个明确的警示语,旨在提醒人们注意安全,避免掉入水中。在翻译时,需要找到英文中同样具有警示作用的表达。直接翻译为“Beware of falling into the water”虽然字面上没有错误,但不够简洁和醒目。可将其翻译为“Caution! Deep Water”,以增强翻译的警示效果,同时符合目标语的表达习惯。

(二) 优化文化维适应性选择转换

译者在从事旅游公示语翻译时需要关注旅游文化差异,避免文化冲突;注意文化敏感性,选择适当的表达方式避免冒犯游客;注意文化适应性,保证翻译的有效性和接受度。综合以上三点,目标语游客才能了解原文蕴含的文化信息。

例如,在旅游景区中有这样的提示语“70 岁以上老人免票”。“老”在中国传统文化价值观中,代表了人的地位和价值、思想的成熟和智慧的积累,因此我们一直有尊老爱老的价值观。在西方语境下,老人由于和子女之间的独立性较强,年老时过着独居生活的老人不在少数,对“老”有一种忌讳的心理,况且,人到老年,社会竞争力自然下降,形成了“轻老”的价值观。所以,翻译时如果直接将“老人”翻译成“old people”会让老人的自尊心受到伤害,从生态翻译学角度来看,“老人”翻译为“senior citizens”较好。

在沂蒙红嫂革命纪念馆中有一处景点为“沂蒙精神宣讲厅”,译者时将“宣讲”一词译为了“propaganda”,这显然是一个不准确的翻译选择。“propaganda”更多用于描述某些政治组织或媒体等机构为了推广某种政治观点、信仰或价值观念而进行的虚假宣传活动,是一种为政治目的而进行的宣传或煽动,这与“宣讲厅”所传达的对历史事件、革命精神和英雄事迹的教育和宣传意义相去甚远。正确的翻译应该是将“沂蒙精神宣讲厅”翻译为“Lecture Hall for Yimeng Spirit”或者“Education Hall for Yimeng Spirit”,这样的翻译更能准确地传达出宣讲厅的教育和宣传功能,同时避免使用可能产生误解的“propaganda”一词。

(三) 强化交际维适应性选择转换

在从事翻译实践时,除了需要关注语言维和文化维的正确选择外,还要关注交际维的选择转换,准确传达原文的交际意图。译文既忠实于原文,又关注读者对译文的理解和反应,注重读者的阅读体验,激发译文读者愿意配合公示语所传递的信息,实现公示语

交际的目的。因此,翻译过程中要考虑到语境分析、语言选择、情感传递、文化适应等方面因素,避免因交际维度导致的误解或冲突。

公示语翻译时使用暖色调词汇是一个值得考虑的策略,暖色调词汇可以吸引游客的注意力,传达积极、友好和热情的信息,增强游客对景区的兴趣和好感。例如,“无障碍电梯”翻译为“Disabled Only”,应译为“Accessible Elevator”。Disabled 是指代残疾人,有冒犯对方的风险,accessible 表示信息、场所无障碍使用,描述无障碍设施的功能,没有任何贬低或歧视的意思。

景区公示语作为国内外游客了解景区的窗口,其重要性不容忽视。不仅能提供景区的基本信息,还起到引导、提示和警示的作用。对于国内外游客来说,公示语也是他们了解和体验景区文化和历史的重要途径。目前,山东旅游景区公示语的翻译质量还需要继续提升。在翻译人才培养层面,加强对景区公示语翻译人才的培训,提高景区公示语翻译团队的整体素质;在旅游景区建设层面,聘请专业的翻译团队,通过建立反馈与更新机制,持续提供高质量的翻译服务;在政府部门管理层面,加强对景区公示语翻译的审核,定期对景区公示语翻译进行检查,建立自上而下的景区公示语翻译管理机制,提升景区的整体形象和竞争力,进而提高山东旅游文化的影响力。

参考文献:

- [1] 徐睿. 基于读者反应的红色旅游英译文本可读性研究[J]. 井冈山大学学报(社会科学版), 2017, 38(1): 37-44.
- [2] 陈小慰. 公示语翻译的社会价值与译者的修养意识[J]. 中国翻译, 2018(1): 68-73.
- [3] 戴桂玉, 蔡祎. 认知图式理论关照下旅游文本的生态翻译研究——以广州旅游景点介绍的中译英为例[J]. 西安外国语大学学报, 2018(4): 92-97.
- [4] 孙小春. 汉语公示语英文译写的语用阐释[J]. 上海翻译, 2020(3): 40-45.
- [5] 胡庚申. 生态翻译学研究范式: 定位、内涵与特征[J]. 外语教学, 2021(6): 1-6.
- [6] 孙琳, 韩彩虹. 《北京折叠》中文化负载词的英译——生态翻译学视角[J]. 上海翻译, 2021(4): 90-94.
- [7] 姚晓芳. 语言景观学的理论框架和研究方法[J]. 北京第二外国语学院学报, 2021(4): 101-115.