

跨文化交际语境下旅游公示语汉英翻译策略研究

朱建芝

曲阜师范大学翻译学院, 山东 日照

收稿日期: 2022年6月7日; 录用日期: 2022年7月18日; 发布日期: 2022年7月27日

摘要

全球化使不同国家的人们之间的交往日益频繁, 中英语境文化的不同常会引发许多跨文化交际问题。语境的高低差异, 使得英汉两种语言在表意时对语境的依赖程度不尽相同。因此, 译者在汉英翻译时, 也会因为受到语境的影响在翻译过程中遇到诸多困难, 进而导致译文无法传递有效信息。本文旨在以旅游公示语为例, 主要从汉语所属的高语境文化和英语所属的低语境文化对比着手, 借助错误分析的手法, 通过具体的翻译实践案例让读者更加真切地了解到高低语境文化的特点和差异, 对汉英翻译策略进行研究和分析, 提高对文化差异的敏感度, 更好地进行跨文化交流。

关键词

语境文化, 错误分析, 旅游公示语, 汉英翻译策略

A Study of Tourism Public Signs C-E Translation Strategies in the Context of Cross-Cultural Communication

Jianzhi Zhu

School of Translation Studies, Qufu Normal University, Rizhao Shandong

Received: Jun. 7th, 2022; accepted: Jul. 18th, 2022; published: Jul. 27th, 2022

Abstract

Globalization has led to increasingly frequent interaction between people from different countries, and the cultural differences between Chinese and English contexts usually give rise to many in-

tercultural communication issues. The difference in the level of context makes the two languages rely on it differently in their expressions. Therefore, translators may encounter a lot of difficulties in the translation process due to the influence of the context, which may lead to the translation failing to convey effective information. Through this paper, we take tourism public announcements as an example, mainly from the comparison of the high context culture of Chinese and the low context culture of English to study and analyse the translation strategies of Chinese-English, improving the sensitivity to cultural differences for better cross-cultural communication.

Keywords

Contextual Culture, Error Analysis, Tourism Public Signs, C-E Translation Strategies

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着全球化的不断深入和改革开放步伐的不断加快,中国与世界各国的联系也日益紧密。与此同时,越来越多的国际游客来到中国,探寻中国美食,游览中国建筑,品味中国文化。许多具有民族特色的中国旅游景点成为国际游客们的必经之地。公示语作为一种应用文体,在与人们息息相关的日常生活中发挥着传达信息的重要作用。旅游公示语作为公示语重要的组成部分,恰当得体的英文翻译在构建国际化桥梁,服务外国游客方面的作用更是不可估量。由于外国游客自身中文水平存在局限性,我们必须借助翻译来传递本国的文化价值与内涵。但是目前许多旅游城市在公示语方面的翻译欠妥,有些甚至存在拼写错误与语法错误的情况。一方面,错译会引发游客误解,带来不适的旅游体验;另一方面,城市的形象会因此而受损。针对此问题,本文基于中西方高低文化语境差异,以旅游公示语为例,结合四类常见旅游公示语类型,结合实例进行错误分析,对其提出了具有针对性的翻译策略,最终实现旅游公示语信息传递的功效。

2. 理论框架

2.1. 跨文化交际

文化就是交际,交际既是文化。跨文化交际的概念最初来源于美国,不同学者对跨文化交际的概念有界定有细微的差别。究其本质,跨语文化交际可以从两个层面理解:一方面,是指在受不同历史或文化背景熏陶,具有不同群体特征的人群进行的语言交流往来和信息传递的活动;另一方面,跨文化交际是不同文化背景的交流者使用同一种语言进行口语交流的过程[1]。正如霍尔在《无声的语言》中指出,人类文化可以分为高语境文化和低语境文化,所有文化均处于这两级极中,只是有些偏向其中一极而已[2]。

因此,分析跨文化交际语境实质和重点在于研究高低语境的文化的差异。对于旅游公示语翻译而言,成功实现跨文化交际的关键在于将源语的文化语境调整为目的语的认知语境,最终实现功能对等。

2.1.1. 高语境文化(High-Context Culture)

语境(Context)是指信息接收者在处理一个既定话题时希望得到的信息量。高语境是指语码负载较少的信息量[3]。因此,高语境文化下有较多的信息量或由社会文化环境和情景来传递,人们对交际环境的

种种微妙之处较为敏感，呈现出内敛含蓄，暗码信息较多的语境特点。

2.1.2. 低语境文化(Low-Context Culture)

低语境交际过程中所产生的信息量的大部分由显性的语码负载完成，只有少量的信息蕴涵在隐性的环境或交际之中[4]。低语境文化的交际明显外露，明码信息较多，显得多言而冗余、宣而累赘。

在跨文化交际过程中，来自不同语境文化特征的群体在交际过程中产生矛盾、误会等都是不可避免而且能够理解的行为。因此，旅游公示语英译时文化维的转变显得非常有必要，它要求译者具有文化维的适应性选择转换意识，认识到翻译是跨越语言、跨越文化的交流过程，注意克服由于文化差异造成的障碍，对译文进行加工处理，以保证信息交流的顺利实现，达到跨文化交流的目的[5]。

3. 旅游公示语类型及错误分析

不同学者对公示语有不同的理解，由此对其定义也有出入。牛津高级英汉词典中将公示语的定义为“a text or picture recorded on paper, wood or metal, designed to provide information, introduction or warning to the deaf”，即记录在纸、木板或金属上旨在向聋人提供信息、介绍或警告的文字或图片[6]。国际上比较权威的是国际图形标志委员会主席 Barry Gray 的定义，公示语即标志，它可以是任何东西，它是一种以最简单的方式发现信息并进行“标记”的信息通信技术，这一标志会影响到每一个旅行者、购物者、游客、司机等，无论是在工作还是娱乐中[7]。

究其本质，公示语即是公开和面对公众，在公共场所用简短的文字或者图片提供信息，来达到引起人们对某个要求的某种注意的目的。旅游公示语作为其中非常重要的一种形式，需要全方位考虑到受众的背景信息等，因此恰当的英译是达到信息传递重要的一环。

笔者通过分析调查发现，目前旅游公示语的类型主要有警示警告类、禁令禁止类、公共设施类、景点名称类四种类型，下面本文主要围绕四种旅游公示语类型，结合案例分析公示语翻译错误成因。

3.1. 警示警告类

警示类公示语在日常生活中作为最为常见的旅游公示语之一，其功能是通过文字或者图片传递警示、劝导的信号与要求。如“当心爆炸”、“当心落物”、“水深危险”等，通过释放危险信号引起公众对财务、健康、安全等方面的注意，因此在保障公众的人身财产安全方面凸显着不容忽视的作用。在翻译过程中，语境问题需要我们深入考虑。

不恰当的翻译案例很多，首先体现在译文为中式英语，望文生“译”，生搬硬套，没有考虑到词语之间内在联系，从而忽略考虑翻译的目的。

例如：“当心”一词，其内涵并不等同于口语中提醒他人留神、当心的用法。英语作为一种低语境语言，不能直译成“Be careful”、“Take care of yourself”、“Look out”，这种错误术语源于理解有误，重形不重意的情况。因为警示警告类会对游客造成人身危险，应该作为一种强烈的危险信号，而非“注意”或者“堤防”。无独有偶，如“水深危险，注意安全——Lake Water Depth”，完全忽视了源语的功能，为能够引起目的语使用者的警惕性，在实现公式语功能上大打折扣。

此外，如交通用语“别往火坑里跳(交通安全)——Don not jump into the fire”。这个译文明显脱离了原文的文化语境，只顾及到中文的表层含义，其正确含义应该是“Look out for coming traffic”。

第二，词语误用，应此而彼。具体而言，词语错误来源于译文的选词不当，未能实现目标文本和源文本之间应该存在的文本连贯性。词汇错误与拼写错误不同，但是对目的语使用者产生的误解效果相同，都未能达到目标文本的预期目的。

例如：“Do not sit to lie please”，原意应为“No sitting or lying down here”，这里愿意为禁止坐躺，

而上述译文却翻译为“to lie”，这种译文一方面没能够正确传达警告信息，另一方面造成意思之间彼此毫无关联。

第三，“一词多义”现象比较普遍，造成译文歧义。

汉语为高语境语言，词语之间较为笼统抽象，词语与示意是一对多的关系，需要意会其内涵，而英语为低语境语言，词汇和意义之间多为一对一的关系，意义表达需要清晰明确，尽量减少误解。

例如：“请勿让您的小孩儿在湖边玩耍——Do not let your children play”，“在湖边”并未在译文中表达出来，导致信息传达不够全面，引起误解。

第四，拼写错误的问题。拼写错误是公示语翻译错误里最常见的，也是最严重的，出现的主要原因是翻译人员在公示语翻译过程中的粗心大意，或者是在公示语标牌过程中由于制作人员工作不负责造成的。

例如：“园内请勿大声喧哗”翻译成了“Please keep quite”。这里明显地将原意“quiet”错误拼写成了“quite”。如此一来，游客难以理解公示语内涵，失去译者所期待的公示效果。

最后，译文粗鲁生硬，礼貌性较差。

例如：“禁止宠物入内”译为“Keep your pet out.”，译文口气过于生硬无礼，容易与游客之间产生疏离感，使公众产生逆反心理，这些问题都会影响游客的观赏体验。

3.2. 限令禁止类

日常生活中，限令禁止和警示警告类尤为常见，指的是含有否定、禁止公众某种行为方式意义的标识语，通常对人们有一定的行为倾向加以限制或禁止，旨在提醒游客尽可能避免相关行为，降低人身危险。对于限令禁止类公示语而言，最常见的问题在于逐字翻译，不符合英语的表达习惯。

例如：“请勿横穿马路”译成“Do not cross the road”，禁止鸣笛”译成“No Audible Warning”，都属于逐字翻译，不符合英语的表达习惯。

3.3. 公共设施类

功能设施公示语一般包含标志指引、交通通信信息、活动区指示等，方便游客了解旅游区的功能设备，更好地为游客提供周边服务[7]。特别是许多标志索引，译文问题较为明显，主要体现在公示语翻译存在多个版本，翻译标准不统一，不同地方对某一个翻译对象的翻译都不同。

例如：山东很多旅游景区对“道路”的翻译上就存在着这样的问题，有的地方翻译为“Street”，而有的地方则翻译为“Road”。此外，例如：“游客中心”，“Visitor Centre”和“Visitor Centre”的模糊不清，缺少规范，出现译名不同的问题，“一路多名”、“一名多译”的现象不但让外国游客费解，而且也对外国游客在景点游览时会产生了一些障碍。本来公示语的存在目的是为外国游客的游览提供方便，但这样一来却产生了完全相反的效果，从而造成了公示语指示效果的严重丧失。

例如：旅游公共汽车上，为了让译文更加国际化，“老弱病残专椅”这行标志文字下面附着让人捉摸不透的英文，“Special chair for the old, the weak, the sick and the disabled”，明显具有歧视意味。英文语境中可能体现平等尊重的翻译态度与要求，同时要严谨规范，外国游客会思索多大岁数能坐，身体如何虚弱才能坐。而国外的说法是courtesy seat，既能表达对他人的关心和礼貌，且译文更具人文关怀，让人容易接受，这也体现出下文A-B-C理论的Borrow原则。

3.4. 景点名称类

景点名称类公示语体现了一个地区的文化特征和特色，具有一定的指示功能。对于景点名称类的公

示语,一方面要体现景点的特色,印象深刻;另一方面要照顾的目标群体的理解能力,通俗易懂。

例如:南京夫子庙,其英译为“Confucius Temple”,便是一个很好的范例。但是山东济南“黑虎泉”译成“Black Tiger Spring”,“Black Tiger”容易导致游客出现理解偏差,因为英语文化中并没有“Black Tiger”的概念或意象。实际上,这里的“黑虎”只是一个概念意义词汇,用来形容泉水激拍柱石,声音如虎啸般声势,并不是真的黑色的老虎,不能唐突地对等于“黑色(Black)”之义,这一翻译问题在中国菜谱翻译中也有诸多体现。

4. 翻译策略

诚然,要求公示语英译过程中做到“信达雅”或“等值”,似乎不能解决问题。成功的公示译语实际上是一种严格控制的“刺激-反应”过程,是有形的公示语语言与无形的受众认知语境两者的合力。把公示语译为其他文字时,原来对应的受众认知语境却无法并行,译作要期望像原作一样得到受众的接受-理解-反应具有难度,因为它面临的是不同目标受众的认知语境。为实现这一点,笔者认为费米尔的功能目的理论具有重要的参考价值,这一理论的主要原则强调等效而非等值。公示语翻译注重的是对受众的效果,其主要目的是引导和指示。而功能目的理论则恰恰着眼于接受者的感受,认为译文对译文接受者所起的作用,应与原文对原文接受者所起的作用基本对等。因此,旅游景点公示语作为公示语的重要部分,其翻译同样应遵循功能目的理论的指导,而A-B-C翻译模式能为公示语翻译提供功能目的理论的指导。

4.1. A-B-C 模式(The “Adapt-Borrow-Create” Approach)

A-B-C 模式,即“模仿/调整-借用-创新”模式[8]。严格来讲,它是一种翻译思维模式,而非具体的翻译技巧。笔者认为,公示语翻译中的难题主要在三个方面:首先,无法找到相关词汇及词汇空缺问题;其次,文化思维转换意识较差;最后,译者工具使用技能较低,不会查找相关语料进行平行文本分析。针对这三种常见的情况,A-B-C 模式具有一定的参考和借鉴意义。

4.1.1. Adapt

Adapt 原则指的是如果目的语存在相似或者相近的意思表达,译者可以查找相应的平行文本,对译入语进行“移植嫁接”,张弛有度地缩小文化差距,符合译入语受众认知习惯的要求,顺利实现信息交流。当然,很多情况下译文和原文无法达到完全对应,我们应尽量遵循英语的习惯表达以求与对方的交际行为接近或一致。

例如:“请勿游泳,注意人身安全”,若将其译文“Do not swim to avoid accident.”难免简单,且逻辑含混,淡化了公示语的警示作用。因此,将其调整为“Danger! No swimming.”,对于外国游客而言,更容易达到警示语的效果。

此外,警示语有时会因时态错误产生语义误解问题,如“警惕易燃物,防止引发火灾”译为“Combustible caused fire.”。警示语作为一种警示,应该遵循一般时态的原则。

其一,可以调整为祈使句结构,如“紧急情况按钮——In Case of Emergency Push Here”。

其二,使用“Do not + V(P)”结构或者“词/短语 + Only 结构”,如“请保管好您的贵重物品——Do not leave valuables unattended”。

此外,对于旅游景点中的功能区,可以参考“名词 + Area”的翻译模式。

例如:“休息区(Rest Area)”、“餐饮区(Dining Area)”。同理,“非娱乐区”的翻译建议稍加改动调整,可译为“Non-entertainment Area”。通过使用调整的方法,让译文更容易达到公示语应有的效果,避免歧义造成的认知偏误。

4.1.2. Borrow

Borrow 原则是最为方便且省时省力翻译手法,它指的是英语中存在对应的表达词汇,直接照搬借用。

类似于“禁止攀爬”等禁令禁止类的公示语,译者通过参考大量翻译的平行文本,不难发现英语文本习惯采用“No + 动名词”的翻译套路或模式,表示对某种游客行为的禁止提醒。因此为了方便外国游客理解,通过借鉴英语表达模式进行改造,进而符合目的语的语言习惯。

例如:将前文所示公示语“请勿触摸”、“请勿进入”分别译为“No Touching”、“No Entrance”,简单明了,又不失严肃态度。对于某些情况,我们无须用强硬的态度发出警告,可以采用“名词 + only”形式,如“禁止旅游车入内”可照搬借用现成模式,译成“Authorized vehicles only”,既削弱了语气、给游客以亲切感,也体现了跨文化交际中礼貌原则的优势。

此外,对于“小心落物”此类警示信息,我们可以借鉴“Mind/Caution/Danger + 注意内容”的翻译模式,将其由“Beware of falling objects”修改为“Danger: Falling Stone”,更切贴英文的表达习惯,又起到了警示警告公示语的作用,以此缩小彼此间的社会差异。

通过照搬或借用母语者常用的表达方式,能够很大程度上让公示语效果达到最佳,实现双语目的等效。

4.1.3. Create

翻译实践过程中,词汇空缺(lexical gap)现象成为译者不可忽视的问题。特别是中国特色话语词汇,英语中不存在相同的或相似概念意义表达的词汇,在这种情况下,对等语的缺失需要按照英语的表达习惯和思维进行创译,同时,译者务必要充分考虑英语的文化思维习惯,参照国际惯例以及约定俗成的习惯,对单个词语标记的事物进行所谓“兜圈子”的表达,但要避免直译或者过于意译,给外国游客造成理解上的困难。

例如:公示牌将“老龙头”译成“Lao Long Tou”而非翻译成“Old Dragon Head”,通过拼音对语言和形式作出调整,既传播了中国的拼音文化,又保留了中国旅游景点的独特韵味。

此外,济南的“黑虎泉”,直接选择拼音 Heihu Spring 作为译名,外国游客不会对其产生歧义,还会留下深刻的印象。无独有偶,四川省九寨沟,翻译为“Jiuzhaigou”,也是采用拼音译法,而非“Nine-village Valley”,充分保留了中国旅游景点的特色。

这些案例启示译者在目的语没有对应的表达词汇时,创译是一个可供选择的译法。

5. 综述

综上所述,本文主要基于跨文化交际的视角,围绕四种常见的旅游公示语类型,通过错误分析的方法,就旅游公示语英译问题进行讨论,分析了旅游公示语英译错误的种类及错译原因,并且提出相应的翻译策略。不难发现,许多城市旅游公示语的翻译问题常见于词汇选择不当、语义不清、语法混乱等问题,很大程度上是由于译者没有较强的跨文化意识,未能考证相关词汇的辨析以及借鉴典型规范旅游公示语语料来进行及时调整。汉英作为两种截然不同的语言,其差异性体现在文化思维、价值观念等,因此有效的翻译策略对旅游公示语的汉英翻译至关重要。它不仅能够有效传递公示信息,让游客获得良好的游览体验,还有助于提升城市风貌,对外国游客认知中国、讲好中国故事、做好文化的传承和交流具有重要意义。

参考文献

- [1] Hall, E.T. (1976) *Beyond Culture*. Doubleday, Garden City, New York, 70-79.
- [2] Hall, E.T. (1983) *The Dance of Life*. Double-Day, New York, 61.

- [3] 胡超. 高语境与低语境交际的文化渊源[J]. 宁波大学学报(人文版), 2009, 22(4): 51-55.
- [4] 林莉. 高语境文化与低语境文化的差异及其成因[J]. 武夷学院学报, 2008, 27(4): 59-62.
- [5] 胡庚申. 翻译适应选择论[M]. 武汉: 湖北教育出版社, 2004: 133.
- [6] 霍恩比. Oxford High Dictionary of English-Chinese Dictionary [M]. 北京: 商务印书馆, 2018.
- [7] 杨永和. 我国新世纪公示语翻译研究综述[J]. 外语教学, 2009, 30(3): 104-108.
- [8] 丰乐. 跨文化交际视角下秦皇岛旅游公示语汉英翻译研究[J]. 经济师, 2017(11): 176-177.