

吉林省冰雪旅游文化对外宣翻译研究

段瑶佳 程黎

吉林外国语大学西方语学院

摘要: 作为中国冰雪文化品牌的高地,吉林省地处东北且拥有得天独厚的冰雪资源。而法国也是世界冰雪工业发达国家之一。本文以跨文化交际视角探讨了吉林省冰雪旅游文化对法国的外宣翻译问题,通过分析吉林省冰雪旅游文化外宣翻译的现状和现存的问题,并结合法国的文化和习惯,提出了吉林省冰雪旅游文化对外宣翻译的策略。

关键词: 冰雪旅游文化; 外宣翻译; 文化内涵; 跨文化传播

DOI: 10.65976/3080-0374.2026.07.028

引言

吉林省经济发展的重要支撑点就是冰雪旅游产业。提高吉林省冰雪旅游文化竞争力的重要途径就是积极开拓国际市场,在全球化的背景下扩大国际旅游市场的份额。法国是冰雪运动、旅游文化强国,有着百年历史的阿尔卑斯山地区滑雪度假旅游胜地,冰雪运动参与率一直居于欧洲前列。法国游客有较强的冰雪旅游消费能力,对于异域冰雪文化的需求较高,这样就形成了差异化的互补,使吉林省雾凇奇观、冰雪旅游、东北民俗等资源得到差异化发展。法国的冰雪文化传统和市场成熟度给吉林省冰雪旅游提供重要的潜在客源,也促使吉林省不断改进创新来提高竞争力。在吉林省冰雪旅游文化推广到法国的过程中,作为沟通两种文化桥梁的外宣翻译起着至关重要的作用。

一、吉林省冰雪旅游文化对法国的外宣现状

(一) 交流与合作增强

法国驻沈阳总领事罗毅睿认为,吉林拥有得天独厚的冰雪资源,很多法国企业、运动员有意在吉林发展冰雪产业,希望法中两国今后在冰雪产业上有更多的务实合作。吉林省同法国当地旅游协会合作开展了相关的活动,与法国波马集团等知名冰雪旅游企业达成推动冰雪经济和文化发展的合作,与法国国家山地运动学院签订合作谅解备忘录,有效加强了滑雪场管理和冰雪运动培训等领域的经验交流。

(二) 宣传活动多样化

吉林省旅游部门在社交媒体上开通了官方账号,定时发布有关冰雪旅游的图文、视频等内容。吉林省文旅部门官方发布的吉林冬季旅游宣传片翻译基本忠实于原文的含义,并且很好地展现了吉林冰雪旅游的

独特魅力给法国观众。吉林省举办冰雪旅游推介会,同时派法国媒体、旅行社到吉考察冰雪旅游资源。吉林省也于巴黎举办过以主题文化、旅游为主题的推介活动,用摄影展的形式展示了吉林冰雪文化特有的风采,并且通过非物质文化遗产的表演,给法国观众带来了一场视听盛宴。

(三) 智能旅游服务提升

吉林省旅游官方网站开发出包含智能行程规划、在线预订、实时翻译等在内的法语版。法国游客可登录网站了解雪场开放时间、雪道状况及酒店房型等内容。同时景区内设置多语种智能导览设备,给法国游客提供语音讲解、路线导航等服务,提高游览的便利性以及体验感。

二、吉林省冰雪旅游文化外宣存在的问题

尽管吉林省对于冰雪旅游文化对外宣传取得了初步的效果,但是整体的传播效果并不理想,主要表现在以下几个方面。

(一) 文化内涵阐释不足,难以建立认同感

目前外宣翻译文本大多没有对吉林省冰雪文化深层次内涵进行解释。法国受众对于中国东北地区尤其是吉林的文化认识比较浅显,把雾凇这些自然奇观误认为普通的霜冻,不能体会到它所具有的诗意和审美。除此之外,宣传内容大多集中于滑雪设施的规模、景区的开发等“硬实力”,而忽略了法国受众更看重的人文体验、生态价值和文化故事,不能从情感上产生共鸣,从而导致宣传效果大打折扣。

(二) 翻译质量参差不齐,难以准确传达特色

由于外宣翻译人员的语言能力以及跨文化理解程度的不同,在翻译作品当中常常会出现错译、漏译和

基金项目: 吉林外国语大学 2024年度 21级大学生创新训练计划项目“跨文化交际视角下吉林省冰雪旅游文化外宣翻译研究”(项目编号: S202410964025); 指导教师程黎主持的吉林省教育厅科学研究项目“法国《中国研究》期刊的史料整理与理论构建”。

过于生硬的“中式表达”。部分翻译缺少感染力，对于“查干湖冬捕节”“松花江雾凇”这些文化符号只做表面的描写，并没有体现出它们的独特之处以及历史背景。另外一些景区名称或者活动内容在法语表达上缺少文化意象的再现，使文本的传播力和吸引力降低。

(三) 受众文化差异理解不足，传播策略失焦

法国文化重视艺术审美和文化原创性，对其他文化的接纳比较开放，但是更喜欢新颖独特的体验。吉林省外宣翻译没有体现本地文化与法国文化的联系，也没有挖掘出冰雪文化多元化的亮点。以吉林冰雪节、民俗演艺、冰雕艺术等为代表的宣传活动没有和法国类似的传统活动进行类比，缺少文化交叉点，造成法国受众不能产生文化共情和兴趣延伸。

(四) 传播内容与渠道有待优化

目前吉林省的外宣平台存在着内容更新不及时、语言风格不统一、互动性差等各方面的不足。部分法语社交平台上的相关账号活跃度低，传播的内容是形式化的、没有创意的，不能引起法国用户的持续关注。除此之外，传播策略是单向推送，没有建立和法国用户的互动机制，用户的反馈和参与度都比较低，从而影响到外宣的广泛影响力。

三、吉林省冰雪旅游文化对外宣翻译的对策

(一) 加强外宣文化内涵的翻译

1. 利用音译加注释法

对于一些在法语中找不到对应词语的冰雪旅游文化要素来说，吉林省采取了音译加注释的方式，把吉林省特有的旅游文化概念准确地传达出去。

例1：松花江。采用直译的方式翻译，后面加注释说明它是中国东北地区一条重要的河流，以冬季景观、冬捕文化而闻名。该种翻译方式有利于法国读者对松花江的起源、文化内涵有更深层的认识。

例2：查干湖冬捕。用加注释的方式解释这个词是中国传统文化特色鲜明的查干湖地区冬季捕鱼活动。可以使得法国民众更清楚地认识这个深受民众喜爱的冰雪旅游盛事。

2. 文化意象的类比与重构

法国受众对艺术、历史和自然景观具有较高的敏感度。在翻译的时候可以利用法国人熟知的冬季文化意象进行类比，产生情感共鸣

例1：冰雪节活动。将吉林省的冰雪节同法国阿尔卑斯地区冬季嘉年华类比，在突出两地冬季活动冰雕艺术、灯光秀等相似之处的基础上，挖掘出带有冰雪文化元素、吉林特色的演艺产品。突出东北二人转、

满族冰嬉等非遗元素，使法国游客既有亲切感又有对它的独特文化的兴趣。

例2：自然景观描述。长白山的雾凇可以译为长白山的树挂冰霜，并且加上注释，类似于法国阿尔卑斯山区的冰霜景观现象，但是规模更大，形成了独特的仙境景观。借助法国人熟知的自然现象来拉近距离，用类比的方式使法国游客产生共鸣，体会长白山雾凇的壮观。

3. 语言风格的审美化与本土化

法文以语言的美观、逻辑为出发点，在翻译时尽量用修辞的方法来表达需要传达的内容。

例1：文化特色词汇。在翻译文化特色词的时候，既要保证译文的准确性，也要保证文化内涵的传达。冰灯法在冰灯文化语境中被翻译成雕刻冰灯，突出了冰灯艺术的价值以及它与法国里昂灯光节的关系，在熟悉的环境中体验吉林冰灯特有的神韵。

例2：地域特色词汇。实现地域特色和本土审美相融合。雪乡在法语中被翻译成光之村庄，保留了被雪覆盖的村落的基本语义，用韵律感、画面感的塑造来满足法国读者对于童话村落的审美想象。

4. 对历史与艺术元素的深度阐释

法国人看重文化深度和历史传承，翻译时可加强吉林冰雪文化艺术价值及历史背景的呈现

例1：冰雕艺术。可以结合法国雕塑艺术传统，译文尽量不要采用直接翻译的方式。比如把冰的短暂艺术译为冰的短暂艺术，把它的创作过程同法国沙特尔神庙式的哥特式雕塑的工艺的相同之处加以说明。这样既突出了冰雕的艺术价值，又让人有历史的厚重感。

例2：历史传说。法语中也可以将长白山天池译为“满族相传的圣湖——长白山天池”，与法国人所认识的“圣山”比如勃朗峰的文化认知相联系。法国游客可以通过历史和神话相结合的方式认识长白山天池文化内涵。

5. 受众导向的差异化设计

采用分层翻译策略，根据法国游客不同的兴趣爱好来设计不同的内容

例1：探险爱好者。对于喜欢冒险的游客来说，可以突出吉林省滑雪场的专业性以及自然条件的优势。例如吉林省某滑雪场的法语文案为“粉雪天堂”，突出吉林省雪场的独特性、比阿尔卑斯更柔软的粉雪天堂，强调与法国人熟悉的阿尔卑斯雪质的不同之处，用对比法国人熟悉阿尔卑斯雪质的方法，有效地吸引了滑雪爱好者到此体验不一样的滑雪乐趣。

例 2: 文化体验者。对于有文化兴趣的游客, 重点翻译民俗活动, 比如将冬捕这项中国的传统文化活动同法国乡村冬季的传统活动, 如松露狩猎相比较, 使游客对吉林省既有情趣又有深厚冰雪文化的了解更加深刻。

(二) 构建统一的翻译标准

加强跨文化交际意识并制定出吉林省冰雪旅游文化外宣翻译标准。邀请冰雪行业从业人员、语言学家、翻译家一起组建制定冰雪文化翻译标准的团队, 搜集冰上运动、冰雪民俗活动名称、冰上体育运动专业动作、冰雪民间活动名称等与冰雪文化有关的专业术语和特色词汇, 形成权威的冰雪文化术语库, 充分发挥各方优势, 使翻译标准既符合语言规范, 又与冰雪文化的专业性相适应。注意术语库的更新, 保证其时效性, 具有较强的针对性。团队要创建翻译风格准则, 就语言风格、语气等内容做出统一规定, 以此来达成译文风格的一致性。协商确定翻译质量评价准则, 定时对译文质量加以评判, 就目标受众展开意见搜集, 立刻更新译文标准, 保证翻译准确、连贯、高质量。

(三) 提升外宣翻译人才对目标国家的深度了解

加大专业翻译人才队伍建设的力度是重要的。高校可以聘请有经验的外宣翻译专家来担任教师, 对目标国家的文化禁忌、旅游偏好进行讲解, 使学生对目标国家的文化有所了解, 培养学生的文化同理心, 从而用目标国家所喜欢的方式讲述中国故事。与目标国家开展留学生交流的方式加强语言教育合作与联系, 使学生身临其境地感受目标国家文化。高校要重视外语专业学生跨文化交际意识和能力的培养, 使学生在翻译时对旅游目的地的历史、政治、文化、民俗等各方面有熟悉的认识, 在翻译时能对不同文化之间异同有理解并加以尊重, 防止在翻译过程中产生文化冲突等错误。

(四) 借助现代传播手段宣传翻译成果

加强吉林省冰雪文化国际传播和宣传。将雪场的高新技术滑雪视频与吉林省高质量的滑雪场环境资源结合在一起, 用目前流行的音频剪辑成短视频, 以文字、图片、音频和视频等资源制作成外宣资料, 在微博、抖音和脸书等国内外热门的新媒体平台上发布, 可以迅速扩大影响从而起到高效的宣传作用。对吉林省冰雪文化特色进行汇总整理, 制作出一份方便法国用户浏览查阅的法语版吉林省冰雪旅游指南网站, 并设置一个可以吸引用户参与、提高法国用户兴趣和关注度

的交流互动环节, 从而提高来吉旅游的可能性。根据用户发表的评论和反馈, 不断优化传播策略和内容, 提高宣传效率和效果。

(五) 明确外宣翻译的重要性

全球化背景下, 国际之间的交流与合作日益增强。外宣翻译质量可以反映一个地区、一个国家文化内涵和对外形象。在国家和政府层面, 应出台相关政策措施, 对外宣翻译工作予以支持, 协调各方面工作。建立外宣翻译专项基金, 鼓励外宣翻译理论与实践的创新与发展, 为外宣翻译发展奠定坚实的根基, 对高校、有关机构等开展外宣翻译的宣传宣讲, 强化外宣译员意识的培育。

四、结语

从跨文化交际的角度来说, 吉林省冰雪旅游文化的对外宣传翻译不是简单地把一种语言翻译成另一种语言的过程, 而是起到文化传播、对外交流的桥梁作用。对译文采取音译加注、文化意象类比、语言风格审美化等翻译手段, 可以有效地提高译文的质量, 使法国受众更好地认识和体会吉林冰雪文化独有的魅力。建立统一的翻译标准、培养专业的翻译人才、利用现代的传播手段等实施建议可以将吉林省冰雪旅游文化更有效地、生动地、直观地传播到世界各地, 为吉林省冰雪旅游产业在全球范围内得到更广泛的认可和发展提供助力。

参考文献:

- [1] 左丹. 吉林省冰雪旅游文化对外宣传译介研究 [J]. 对外经贸, 2022(1):73-75.
- [2] 李婉芳. 文化自信视域下中国传统文化外宣翻译策略研究 [J]. 新传奇, 2024(23):28-30.
- [3] 王璐. 中山红色旅游景点的英译研究 [J]. 海外英语, 2025(1):10-12.
- [4] 高维祯. 外译增色钧瓷县域特色文化 [J]. 文化产业, 2025(5):67-69.
- [5] 蒋抒博. 吉林省冰雪产业发展现状及对策研究 [J]. 税务与经济, 2019(1):106-112.
- [6] 冯欢, 张怡, 赵赫. 黑龙江省冰雪旅游文化翻译与传播的多模态路径研究 [J]. 边疆经济与文化, 2024(8):31-34.
- [7] 刘季陶, 左丹. 跨文化传播视角下吉林省冰雪旅游文化外宣翻译研究 [J]. 对外经贸, 2023(7):33-36.
- [8] 刘妍. 旅游翻译服务专业化能力提升研究——以黑龙江省冰雪旅游为例 [J]. 商业观察, 2023,9(17):66-69.