博物馆如何更“吸睛”？

Robert Neather 译者：杨吟卓，徐璇，付添爵

倪若诚（Robert Neather）认为，应采取创造性方式满足博物馆参观者的需求。

文字材料是几乎所有博物馆展览不可或缺的组成部分。无论是仅提供展品名称及基础信息的极简标签、内容详尽的主题展板，还是宣传折页和儿童学习手册等“选择性”辅助材料，文字信息都构成了展览阐释框架的核心。这些文本内容涉及一系列问题，影响着翻译策略，包括专业文化术语的处理、多语标签的空间限制、语言优先性（在多语组合中确定主导语言）以及展览空间中邻近文本的互文性关联。

平衡这些要素往往需要极高的巧思。然而，正是当涉及到观者互动——即博物馆文本与参观者之间的交流互动时——译者的创造力才显得尤为重要。例如，来自不同文化背景的参观者对于自己如何被称呼可能存在截然不同的偏好。译者必须明确哪些信息对于特定受众而言是必要的、相关的，或者是具有趣味性的。

吸引参观者兴趣的问题，通常涉及到艺术史家迈克尔·巴克森德尔（1993-2008）提出的语言“实指性”或“指示性”功能概念，也即通过语言为参观者“锚定”艺术品中值得关注的兴趣域。巴克森德尔认为，艺术作品的文本描述并非单纯描写记录，而是引导观者关注其独特价值。例如，倘若文本提及艺术作品中的“大狗”，“那么此处的形容词‘大’并非仅描述其体型，而是暗示这只狗的‘大’具有值得关注的趣味性。”[2]

译者通常需要对博物馆文本的翻译作出调整，从而适应不同参观者可能存在的兴趣差异。以台北中正纪念堂（中国台湾）的宣传册为例，其中文文本对蒋介石的办公室进行了直白的描述：“蒋中正总统坐姿蜡像，由林建成先生塑造”。但是，在出版的英文文本中，我们发现相应的描述是：“参观者们还能看到，林建成先生建造的蒋中正总统蜡像坐在书桌前，极为栩栩如生。”

在这句话中，主语明显转换为了参观者，再加上动词“看见”，将观者的目光引向了蜡像。此外，这句话还添加了带有夸张性描述的形容词短语“极为栩栩如生”，同时用“坐在书桌前”加以修饰，进一步展现了蜡像的“极为栩栩如生”。同时需要特别指出的是（此处未完整复现原文段落），相较于原版的中文文本，该描述在英文文本中被前置至开篇位置，更加开门见山，有利于突出描述性表达。此类策略的综合运用，旨在进一步吸引非中文背景观者兴趣——避免原本可能因文化隔阂导致的场景乏味——同时精准引导参观者关注场景中值得玩味的细节。

运用趣味性文本

当源文本本身具有高度创造性时，如何进行创造性翻译这一问题便尤为显著。试想一下，以旧伦敦博物馆（原址位于伦敦城墙内）罗马历史展区的标签“码头风云”（‘On the Waterfront’）为例，该标签旨在描述古罗马时期的伦敦港口。其创造性翻译明显源于互文性策略，这种策略意在通过具有文化指涉性或趣味性的引用激发观者兴趣。

此类互文性策略亦见于该系列其它标签，例如描述古罗马瞭望哨的标签“瞭望塔沿线”（‘All Along the Watchtower’）以及展示交通路线的“条条大路通……伦敦”（‘All Roads Lead to…London’）。以“码头风云”（‘On the Waterfront’）为例，其明确引用了马龙·白兰度（Marlon Brando）同名电影标题，这为译者提供了多种翻译选择。其一为直接沿用目标语言中既定的电影译名，以复现互文关联——但这一策略可能在法语标题Sur les quais;‘On the docks’（“码头风云”）中尚可适用，在德语标题Die Faust im Nacken;
The fist in the neck’（“颈后重拳”）中则不适用。

其二，译者可选取目标语文化中广为人知的独特参照，在保留源文本创造性的同时拓展可选策略。此外，译者亦可彻底摒弃互文性尝试，转而采用补偿策略引入其他类型的创意元素，例如韵律结构、节奏范式或头韵修辞等。

除此之外，我们还需考虑彻底摒弃创造性翻译的可能性：在涉及国家历史叙事的博物馆标签中，某些文化可能认为此类趣味性表达既非必要，亦不合时宜。必须指出的是，互文性本质上具有受众主观性特征——尽管白兰度电影的标题引用具有明显的互文性关联，但这种关联可能仅针对部分观众，又或是特定年龄层群体。

图片资料
明朝青花瓷展

以儿童兴趣为导向

博物馆展览学习手册的创造性翻译，是吸引儿童参观的重要因素。以下是香港一家博物馆的汉英翻译实例，这个例子极为鲜明地展示了如何用创造性手法重构源文本的创意内核。案例文本选自该博物馆的学习手册，旨在鼓励儿童观察中国青花瓷的釉色特征。文本的标题与开篇两句原文为：“青出于蓝。青花瓷器上的花纹，是绿色的吗？可不是呢！是蓝色的。”然而，其英文译文为：“Out of the Blue. Have you heard of underglaze blue porcelain or blue and white porcelain? They’ re actually the same!”（中文意思：“出乎意料。你听说过青花瓷或青花瓷器吗？它们实际上是一回事！”）

中文标题“青出于蓝”（Qing chu yu lan，字面义为“蓝色源自靛蓝”）是一个四字成语，其隐喻意义为“学生超越师长”。然而，在学习手册中，这个成语仅作为趣味性表达指向瓷器的蓝色主题，无需译出隐喻意义。在翻译其隐喻义或字面义均无法实现功能等效的情况下，译者转而从目标语言中选取了另一同样广为人知的固定短语：“Out of the Blue”（“出乎意料”）。此译法尤为精妙，既保留了源文本“出于”（out of）的句法结构，又通过习语的简洁性规避了冗赘阐释。

开篇两句的翻译策略亦值得深入探讨，因其同样需要进行创造性处理。在英文文本中，如果将中文问答“青花瓷器上的花纹，是绿色的吗？可不是呢！是蓝色的。”直译为英文，其逻辑结构可能在目标语境中显得悖谬。因为，在中文原文本中，这一问答意在引导学习手册使用者对“青”这一多义聚合词进行语义解歧——该词在此特指蓝色，但其语义辐射域可涵盖绿色、玄色乃至黑色。而英文缺乏如中文“青”般具备广泛色彩外延的上位词，所以直译方法并不可行。

因此，英文译者保留了中文原文本的问答形式，但通过提出另一不同的问题，转而聚焦于同类瓷器的两种不同命名方式。此处的创造性翻译策略有效规避了直译可能引发的年轻使用者认知失调。

归根结底，上述多元化的创造性翻译案例表明，创造性始终是博物馆翻译实践的核心要义。诚如翻译学者朱迪斯·罗森塔尔（Judith Rosenthal）所论，此类翻译本质上是一种“创造性行为”。[3]

欲深入探究相关主题，可查阅倪若诚的新著《博物馆、美术馆和文物古迹翻译》（*Translating for Museums, Galleries and Heritage Sites*），该著作由劳特利奇（Routledge）出版社出版。

Notes

1 Baxandall, M (1985) *Patterns of Intention: On the historical explanation of pictures*, New Haven and London, Yale University Press

2 *Ibid*, 9

3 Rosenthal, J (2021) ‘Behind the Scenes – A career as an art translator’. In Ahrens, B, Krein-Kühle, M and Wienen, U, *Translation – Kunstkommunikation – Museum / Translation – Art Communication – Museum*, Berlin, Frank & Timme, 179-198

图片资料

台北中正纪念堂（左图），撰写英文资料用以满足全球参观者的需要；滑铁卢地区博物馆（右图）

© SHUTTERSTOCK

© PEXELS