

A Technical Communication Approach to Website Technical Translation of Chongqing Manufacturing Enterprises : A Case Study of *About Us*

WANG Yi¹ DENG Jiamin²

¹School of Foreign Languages, Chongqing University of Posts and Telecommunications, China;

²School of Foreign Languages, Chongqing University, China

Received: April 1, 2022

Accepted: May 15, 2022

Published: September 30, 2022

To cite this article: WANG Yi & DENG Jiamin. (2022). A Technical Communication Approach to Website Technical Translation of Chongqing Manufacturing Enterprises: A Case Study of *About Us*. *Asia-Pacific Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(3), 130–143, DOI: [10.53789/j.1653-0465.2022.0203.016](https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2022.0203.016). p

To Link to this article: <https://doi.org/10.53789/j.1653-0465.2022.0203.016>. p

The research project is supported by Planning Project of Chongqing Social Sciences in 2021 (2021WYZZ23): Research on technical translation of manufacturing webpages from the perspective of technical communication; 2021 Research Project of Humanities and Social Sciences, Chongqing Municipal Education Commission (21SKGH075): Theoretical and practical research on the cultivation of Language+Technical Communication talents from the perspective of global governance; Key Research Project of Chongqing Higher Education Teaching Reform: Exploration and practice of TC empowered high-quality development of new liberal arts of foreign language majors in colleges and universities (212063); 2021 Chongqing Graduate Education and Teaching Reform Research Project (yjg213086); Research on hybrid, project-based teaching mode of “Technical Writing in English”.

Abstract: In the era of globalization and internetization, a growing number of manufacturing enterprises in Chongqing plan to “go global”. The enterprise webpage, the online portal of the enterprise, plays an important role. At present, domestic translators’ understanding of webpage translation is still limited to text translation due to the influence of traditional translation ideas, resulting in poor readability and usability of English webpages of Chongqing manufacturing enterprises. Therefore, this paper compares the English webpages of local manufacturing enterprises in Chongqing with those of well-known foreign manufacturing enterprises. From the perspective of technical communication, taking the *About Us* as an example, this paper explores the relationship between technical communication and the English webpages of manufacturing enterprises, the presentation of webpage text, the translation of text content and the standard of the logical structure of the text, in order to help translators more accurately understand the task and the process of webpage technical translation.

Keywords: technical communication; *About Us*; technical translation; readability; usability

Notes on the contributors: WANG Yi is an associate professor of the School of Foreign Languages, Chongqing

University of Posts and Telecommunications. His major research interest lies in cognitive translation and technical communication. DENG Jiaming is a graduate student in Chongqing university. Her academic interest lies in technical writing and translation.

技術傳播視閥下重慶製造業英文網站的 標準適用性研究

——以「企業介紹」板塊為例

王 怡¹ 鄧佳敏²

¹重慶郵電大學外國語學院

²重慶大學外國語學院

摘 要: 在全球化和互聯網化的時代,越來越多的重慶製造企業計畫「走出去」,而企業對外的門戶——企業網站在其中起著重要作用。當前國內譯者對網站翻譯的認識受傳統翻譯思想的影響,仍局限于對文本的翻譯,導致重慶製造業企業英文網站可讀性和可用性較差。因此,本文對比了重慶本地製造業英文網站以及國外知名製造業企業的英文網站,並在技術傳播視閥下,以重慶製造業企業網站的「企業介紹」板塊為例,探索技術傳播與製造業英文網頁的關係、網頁資訊的呈現形式、文本內容的譯寫以及文本邏輯結構標準等問題,以期說明譯者更準確地認識網頁的技術翻譯任務和流程。

關鍵詞: 技術傳播;企業簡介;技術翻譯;可讀性;可用性

基金專案: 2021年重慶市社會科學規劃專案(2021WYZX23);技術傳播視閥下製造業外宣網頁技術翻譯研究;2021年重慶市教育委員會人文社會科學研究專案(21SKGH075);全球治理視閥下語言+技術傳播人才培養的理論與實踐研究;2021年度重慶市年高等教育教學改革研究重點項目;技術傳播助推行業高校新文科外語專業高品質特色發展的探索與實踐(212063);2021年重慶市研究生教育教學改革研究專案(yjg213086):「新基建」驅動下「英語技術寫作」線上線下專案式教學模式研究。

引言

在當今全球化和數位化的大背景下,越來越多的中國企業正走向世界。在這一過程中,企業外宣網站起著至關重要的作用,是企業走向世界的視窗,更是各國客戶對企業的第一印象,因此,一個好的外宣網站對企業「走出去」有著舉足輕重的作用。

重慶是西南地區最大的工商業城市、國家重要的現代製造業基地,正成為聯通「一帶」和「一路」的內陸國際貿易物流樞紐。據2019年第二屆「一帶一路」國際合作高峰論壇上的資料顯示,截至2019年3月底,中歐班列(重慶)已累計開行3552班次,占全國中歐班列的25%,總貨值1340億元,位居所有中歐班列前列;2019年第一季度,中歐班列(重慶)開行班次更是同比增長2.4倍。



近年來,關於企業外宣網站的英譯研究越來越多,但大多是以學校、旅遊景點、文化企業等機構的網頁為研究物件,以目的論、功能論、生態翻譯學等角度進行研究(俞德海,2018;邢傑,張群,莊慧慧,2017;範勇,2005;範勇,2009;焦豔偉,2019)^{①②③④⑤}。現有的研究主要聚焦於對等反應、原文譯文修辭、重新語境化、語料庫等宏觀視角,從技術傳播的視角研究外宣網頁翻譯較少,未能提及受眾分析、資訊的體驗性、可用性、頁面設計、譯後編輯等微觀可操作、可移植層面,缺乏研究的全面系統性。本文在技術傳播視角下,以重慶市製造業企業英文網站的「企業簡介」板塊為研究物件,探討企業技術傳播過程中其製造業網站的技術翻譯。

一、技術傳播與重慶製造業企業英文網站

技術傳播的過程涉及到兩個方面的內容,一個是技術,一個是傳播。技術是指其涵蓋的主要物件和方式,即技術傳播的內容是技術或專門領域的各種相關資訊,如技術支援的產品、服務介紹、產品使用說明、操作指南等,技術傳播的方式往往依託現代技術,如軟體技術、互聯網技術、人工智慧等;傳播指將資訊從一方運送到另一方,其中的媒介包括網頁、手冊等。可見,技術傳播的目的是讓受眾能夠高效地使用、理解、接受某一技術、產品或服務,達到受眾的某一目的或說明受眾完成某一任務,讓受眾滿意。技術翻譯不僅僅是局限于翻譯科學技術類專業文字,而是對一切在技術傳播中所使用的媒介文本的翻譯,可以說科技翻譯只是技術翻譯中的一小塊,二者不能畫上等號。

重慶是我國重要的智慧製造業基地。根據重慶市政府印發的《重慶市發展智慧製造實施方案(2019-2022年)》,計畫到2022年,累計推動5000家企業實施智慧化改造,創建25個行業級智慧製造標杆企業。英文網站是重慶製造業在發展過程中主要的外宣視窗,在向國外使用者展現重慶智慧製造企業良好形象的過程中起到至關重要的作用。

通過研究重慶市2016—2019年製造業年度百強企業名單,發現我市製造業企業大多對其英文網站建設意識淡薄,前十榜單中只有一半的企業有英文網站,且主要是汽車製造業,如長安、力帆、宗申等企業。此外,我市製造業企業的英文網站存在水準參差不齊的現象。機車製造企業如長安、力帆、宗申的英文網頁較為規範美觀,而電腦製造企業達豐公司和控股集團隆鑫公司的英文網站則稍顯遜色,有許多可改進之處。目前重慶智慧製造企業英文網站文本建設現狀令人堪憂,主要表現為:直接把中文網站涉及文本的資訊架構、內容翻譯成英文;忽略目標受眾在流覽閱讀過程中的實際需求,可讀性、可用性、資訊體驗差。因此,大力加強英文網站文本的分析與構建尤顯必要。

企業網站是企業在互聯網上進行行銷與企業宣傳的平臺,是企業在網路上的對外視窗,其建設目的是服務網路行銷,所以不僅發揮宣傳作用,同時發揮產品行銷功能。企業可通過企業網站進行企業、產品資訊的發佈,吸引潛在客戶,從而為企業創造更多商業機會^⑥。對外經濟貿易大學博士生自正權^⑦曾對中國深滬兩市A股上市公司中的200家來自不同地區的製造業企業進行研究調查,發現企業出口績效與企業是否擁有外文官方網站顯著正相關。Logistic回歸結果中,企業出口強度的係數是0.195,顯著性為0.001,說明企業的出口強度對企業是否擁有外文官方存在顯著的影響,即出口強度越大的企業,越傾向於擁有外文官方網站。語言翻譯與企業出口績效正相關。語言翻譯與企業出口銷售的相關係數為0.267,在1%顯著性水準上顯著相關;與企業出口利潤的相關係數是0.312,在1%顯著性水準上具有顯著的相關性。語言翻譯對企業出口銷售的影響之回歸係數是1.33,對企業出口利潤的影響之回歸係數為1.398,均在5%顯著性水準上影響顯著。在語言翻譯的兩個評價指標中,內容全面性與企業出口銷售的相關係數為0.265,在1%顯著性水準上具有顯著的相關性;內容全面性與企業出口利潤的相關係數為0.337,在1%顯著性水準上呈現出顯著的相關性。內容全面性對企業出口銷售的影響之回歸係數為0.427,對企業出口利潤的影響之回歸係數

為 0.545, 都是在 5% 顯著性水準上呈現出顯著的影響。文本易讀性對企業出口銷售的影響之回歸係數為 1.568, 對企業出口利潤的影響回歸係數是 0.887, 均在 5% 顯著性水準上具有顯著影響。

因此, 製造業網站的翻譯對企業「走出去」具有舉足輕重的影響。這也是製造業企業建立英文網站的主要原因之一, 即吸引潛在用戶, 讓網站流覽者迅速瞭解企業、接受企業產品或服務, 並對企業產品和服務產生興趣和好感。因此, 製造業網站的翻譯可以說是傳播、推廣製造業企業相關技術產品、以吸引受眾/客戶為目的, 以互聯網技術為依託的一種技術傳播。國內製造業的英文網站不僅僅是英譯中文文本, 而是屬於一種以英語為語言的技術傳播平臺。

Byrne 認為, 技術翻譯是一種交際服務, 以滿足對技術資訊的可理解性、清晰度以及交付速度的明確要求, 使技術資訊更易於獲取^⑧。可見, 技術翻譯的目的是為了讓資訊更易於獲取, 是文本清晰易懂。而資訊和文本都是服務於並且作用於讀者的, 因此, 技術傳播的第一步, 便是確定目的和受眾。技術傳播的首要特點也是與特定讀者溝通、幫助讀者解決問題。技術傳播是傳遞科學、知識工程、技術或其他技術資訊的一種方式, 其中包括人們發現、塑造和傳遞資訊的一系列活動。然而, 由於整個過程涉及的人員情況的複雜性, 以及這整個過程的核心是與人合作等緣故, 技術傳播的形成具有很大的挑戰性。該過程涉及三個因素, 分別是與受眾、目的和文檔相關的因素。技術傳播中的技術寫作和其他類型的寫作最大的區別就在於, 技術傳播的受眾和目的非常不同。因此, 技術傳播者應以不同的方式呈現關鍵資訊, 從而去滿足特定受眾的需求^⑨。

在這一視角下, 製造業英文網站首先要以用戶為中心, 為用戶流覽網站創造最佳體驗是網站翻譯的核心要求。也就是說, 英文網站要以英美國家用戶為中心, 適應英美國家用戶的需求, 這就要求企業在英譯時對網站的內容、排版、格式等方面作出調整再進行翻譯。而國內的很多製造業企業缺乏這方面的意識, 英文網站大多僅是翻譯文字。這對英美用戶的流覽不友好, 網站不能有效地發揮宣傳、行銷作用。使用者在閱讀技術類文本時通常有以下四個障礙^⑩:

- 干擾因素過多
- 讀者沒有耐心找到所需資訊
- 讀者缺乏相關專業知識
- 多個讀者共同決策

其中, 前三個障礙既是受文本自身特殊性的影響, 也是譯者翻譯不當引起的。在網站翻譯中, 用戶需求和體驗感的重要性更加明顯, 譯者的責任也更加突出。譯者要將技術傳播的思維和標準運用到中國製造業企業的英文網站製作上, 排除國外用戶流覽網站的干擾因素, 合理處理網站資訊, 簡化專業用語等幫助網站更好地發揮作用, 促進企業「走出去」。

二、重慶製造業網站英譯的資訊呈現形式

企業在製作英文網站時, 首先要進行需求分析——企業製作英文網站的需求以及網站目標使用者的需求。企業的需求是通過網站對企業進行宣傳、吸引國際客戶, 擴大其在全球的業務範圍, 促進企業的進一步發展。而英文網站的目標使用者往往都是外國人, 受文化因素的影響, 國內和國外網站的佈局和設計有一定區別。影響網站設計可用性和易用性有 6 個設計維度, 包含 18 個常見屬性(見表 3-1)^⑪, 中英企業網站的設計在這些屬性方面有明顯的不同, 而不同文化背景的用户對這些設計有不同的看法和審美。

设计维度	属性	释义
页面加载速度	文本集群数量	根据颜色、边框或列表等分隔开的文本区域数量,排除超链接集群。
	动画元素数量	动画、移动的文本或图形元素的数量
	主页图片数量	主页中的图像、图片等,包括具有超链接的图片,排除徽标
	背景音乐	是否存在背景音乐
	开始 Flash	是否存在进入主页需要点击的 Flash 动画
业务内容	主页颜色数量	主页中使用的颜色的数量(同色系不同色调也被认为是多种),排除徽标,图片、图像中的颜色
	主页背景纹理	主页的背景纹理是否平坦(没有花纹或单种颜色视为平坦)
	联系方式	是否有联系组织的方式(电子邮件),或给站点与组织提供建议的选项
	Logo	主页中是带有 Logo 徽标
	客户服务	主页是否提供在线客户服务
导航效率	搜索框	主页是否具有搜索引擎功能
	网站地图	是否有可以访问的网站地图
	弹窗广告	是否有弹窗广告
	一致的设计	指定站点中的所有页面是否具有相似的设计特征,例如相同的颜色或相同的项目排列
	超链接的数量	构成元素或图形或图像元素的超链接数
安全性	网站安全	是否提供有关站点安全性的信息
	版权声明	是否有版权声明
营销/客户关注	语言选择	除了默认使用的语言之外是否可以使用其他语言

表 3-1 常用網站設計屬性

因此,在技術傳播的視角下,技術翻譯首先應該以用戶為中心。由於中外文化具有差異,企業中文網站是依據國內用戶所特有的閱讀習慣、審美標準以及文化背景而設計的,並不適用於國外的用戶,因此譯員作為中間媒介,其任務就是要將源文內容清晰準確地傳遞給用戶,使其符合用戶的閱讀習慣、審美標準、文化背景等。Coe 的洋蔥理論(見圖 3-1)將使用者正確接收源文內容所需要的過程進行了總結^⑨。讀者處於洋蔥最核心的位置,距離使用者最遠的才是內容層,讀者需要撥開好幾個潛層(subtext)即媒介層、導航層、呈現層才能抵達內容層。技術傳播就需要為讀者選擇合適的媒介,設計清楚直觀的導航,創立支援性的呈現方式,讓內容能夠明晰通達地傳遞到讀者。當讀者接觸新內容時,他們期待新內容的提供者能尊重理解他們世界中原有的組成元素。內容提供者被看作是受邀客人到訪讀者世界,讀者希望內容提供者和所提供的內容都能順應吻合這世界原有的習慣特徵。要滿足讀者這樣的期待需要借助技術傳播和技術寫作規範才能有效實現。譯者要為使用者選擇一個恰當的媒介,製作直觀清晰的導航,設計既能夠支援內容又易於理解的呈現形式。

基於此,企業英文網站在傳達資訊時不宜以幾段甚至長篇的文字為形式向國外使用者進行介紹、宣傳或說明,而是將原有的中文文本資訊進行適當視覺化處理,提高英文內容的可用性和可讀性。本文以企業網站中的企業介紹板塊為例,對比了 7 家重慶製造業企業和 8 家外國製造業企業的網站頁面配置,見表 3-2

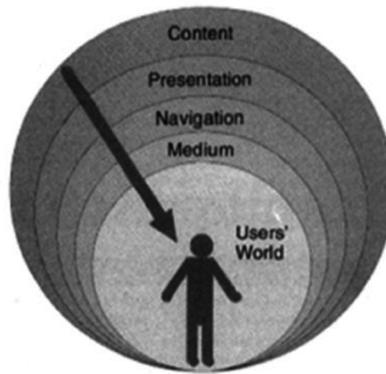


圖 3-1 用戶世界洋蔥圖

和表 3-3:

	企業介紹板塊名稱	該板塊目錄下是否再分成多個欄目	板塊內容	板塊風格	網頁主要部分是否有超連結設計
重慶機電控股有限公司	重慶機電	集團介紹 董事長致辭 組織機構 發展歷程 企業榮譽 技術創新 合作夥伴 機電宣傳片	文字、靜態圖片、結構圖、時間軸、視頻	無特殊風格	無
隆鑫控股有限公司	關於隆鑫	公司介紹 發展歷程 領導關懷 隆鑫事業創始人 隆鑫榮譽 聯繫我們	文字、靜態圖片	字體凹凸效果設計、固定位置的導航	無
重慶小康集團	走進集團	集團概況 發展歷程 集團榮耀 集團文化 黨群建設 社會責任	文字、靜態圖片、時間軸、示意圖	大尺寸的底部	無
重慶京東方科技集團股份有限公司	關於我們	概覽 公司介紹 管理團隊 企業榮譽 社會責任 BOE 全球	文字、圖片、清單	豐富的使用者動態交互設計、扁平化設計、大尺寸的底部	有

续表3-2

	企業介紹板塊名稱	該板塊目錄下是否再分成多個欄目	板塊內容	板塊風格	網頁主要部分是否有超連結設計
重慶平偉科技有限公司	走進平偉	集團簡介 發展歷程 資質榮譽	文字、靜態圖片、時間軸	大背景圖、大尺寸的底部、類比化視窗	無
重慶惠科金渝光電科技有限公司	公司概况	集團簡介 公司介紹 發展歷程 企業榮譽 企業文化	文字、靜態圖片、示意圖、時間軸	簡單的使用者動態交互設計	無
東方鑫源集團有限公司	走進鑫源	公司介紹 集團榮譽 發展歷程 聯繫我們	文字、靜態圖片、時間軸、視頻	無特殊風格設計	有

表 3-2 重慶製造業企業網站「企業介紹」板塊情況

	企業介紹板塊名稱	該板塊目錄下是否再分成多個欄目	板塊內容	板塊風格	網頁主要部分是否有超連結設計
Lippert Components	Company→ About Us	無	圖片、文字、視頻	圖片輪播效果設計、大字體排版、扁平化設計、瀑布流式佈局、大尺寸的底部、固定位置的導航	有
General Motors	Our Company	About GM Leadership Inclusion Advisory Board GM in the U. S. Sustainability Report Social Investment	圖片、文字、清單	大字體排版、使用者動態交互設計、動畫效果	有
General Electric	About Us	GE leadership History ESG FAQs Contact us COVID-19	圖片、文字、散點圖	豐富的使用者動態交互設計、圖片輪播效果設計、大字體排版、大背景圖、類比化視窗、大尺寸的底部	有
Ford	About Us	Our Purpose Our Leadership Our History Our Culture Our Brands	文字、圖片、示意圖、視頻	扁平化設計、瀑布流式佈局	有

續表3-3

	企業介紹 板塊名稱	該板塊目錄下是否 再分成多個欄目	板塊內容	板塊風格	網頁主要部分 是否有超連結 設計
Daimler	Company	Company Strategy Business Units Corporate Governance Compliance Tradition Locations	文字、圖片、 表格	扁平化設計、瀑布流式 佈局、大尺寸的底部、簡 單的使用者動態交互設 計、類比化視窗	有
IBM	About IBM	Annual report; Career opportunities; Corporate social responsibility; Diversity & inclusion; Investor relations; News & announcements; Thought leadership; Security, privacy & trust;	圖片、表格、 文字、動畫、 視頻	扁平化設計、使用者動 態交互設計、類比化視 窗、大量豐富的多媒體 板塊、大尺寸的底部	有
Boeing	Our Company	GENERAL INFORMATION; BOEING DEFENSE, SPACE& SECURITY; EXECUTIVE BIOGRAPHIES; BOEING GLOBAL SERVICES; CORPORATE ORGANIZATIONS; KEY GOVERNANCE; BOEING COMMERCIAL AIRPLANES; TOURS	文字、圖片、 清單、示 意圖	簡單使用者動態交互 設計	有
Hewlett Packard	About Us	無	文字、圖片	大字體排版、使用者動 態交互設計	有

表 3-2 國外著名製造業企業網站「企業介紹」板塊情況

觀察這兩個表格可以看出，雖然重慶製造業企業網站和國外製造業網站基本都是由文字、圖片和表格等構成，但網頁風格有較大差距。前者的「企業介紹」板塊網頁風格特點並不明顯，網頁內沒有超連結，基本上就是在大段文字中鑲嵌圖片和表格；而後者在「企業介紹」板塊的一級頁面中含有豐富的使用者動態交互設計，可以吸引網站用戶的注意。一級頁面只呈現了主要資訊，以文本或圖片為超文字，創建超連結連接到二級甚至三級頁面，以供使用者瞭解更多資訊；或者設計按鈕符號，將詳細資訊的文本放入可折疊或展開的文字方塊中。這種佈局和設計更直觀地呈現了企業介紹的最基本資訊，能讓使用者更快瞭解企業最重要的資訊，更方便地找到有用資訊，使網站更具可讀性和可用性。因此譯者所擔任的角色不僅僅是一個翻譯人員，也是一個網站的設計工程師。譯員要跳出源文的束縛，對源文的基礎上進行二次創作，使譯文兼具可讀性、可用性和視覺美觀。這就是在技術傳播視閾下對網站進行技術翻譯與傳統翻譯視角下英譯最大的差別。



三、重慶製造業英譯網站文本的技術翻譯

(一) 文本內容的譯寫

呈現方式問題確認後，譯者在翻譯文本時，也要秉承用戶為中心的原則。為此，譯者要清楚中英企業網站文本的差異，使英文網站的文本符合英美國家的語言習慣。本文以網站企業簡介板塊的文本為例進行探討。

從語言層面來看，首先，中國企業簡介常常用概括性的陳述。中國屬於高語境文化，企業簡介往往是概括性地說明企業的地位、實力和發展歷程，例如說明公司的發展歷程時，公司通常概括性說明創立之初的業務範圍以及當前的業務範圍，較少陳述具體的資料。而英美企業更偏向於用直接的數位和直觀的圖表，如企業的營業額、員工數、已有客戶群體等。此外，中國的企業常常使用複雜的中國式套話，如「……被授予/榮獲/秉承優良傳統/成為了……」，英美國家的企業簡介等更喜歡用簡單化的口語表達，讓客戶或消費者易於理解。其次，中文喜歡用豐富華麗的詞藻，並且喜歡用鬆散句、短句和流水句，常常使用比喻、擬人、排比、對偶等修辭手法，文本內容朗朗上口；而英文則更傾向用客觀地簡單詞和嚴謹的主謂結構的句子，使文本顯得客觀簡潔。

從文化層面看，中國人深受集體主義文化的薰陶，而英美國家尊崇個人主義，因此中國的企業在網站上往往會說明其所屬，強調合作和社會福利；而英美國家的企業更喜歡介紹其創立者、品牌和公司起源。中國文化屬於高語境集體價值觀文化，因此除了說明公司的產品、技術和服務以外，還會列出企業所獲得的獎項和稱號，以強調企業的成就和實力；而英美國家文化屬於低語境個人價值觀文化，企業簡介更傾向於介紹拳頭產品、相關資料、客戶回饋和科技創新成果。

從文體層面看，中國企業在其網站上的文本表達一般以說話者為中心，通過重複企業名稱時文本看起來客觀，同時強調了企業名稱；而英美的企業往往是以讀者為中心，多使用「we」、「us」、「you」這類第一人稱和第三人稱的表達，拉近與客戶的距離。並且，由於中國人屬於綜合性思維，中國企業網站文本邏輯大多是從分到總的歸納式推理，而英美人屬於分析性思維，企業多是從總到分的演繹式推理，讓流覽者直接獲取最重要的資訊。

因此，譯者在翻譯網站的文字時，不能照字全翻，而是要以英美用戶為中心，對源文進行當地語系化處理。以此為基，筆者流覽調查了2020年重慶製造業前30強企業的中英文網站。各個公司的網站英譯水準參差不齊，其共同特點是逐字翻譯全文，基本沒有刪改，甚至不少企業缺失英文版網站。其中最為典型的是重慶小康集團公司網站中的「公司簡介」頁面，中英文介紹如下：

【案例一】

重慶小康工業集團股份有限公司(以下簡稱集團)是一家成立於1986年的混合制製造型企業，從一根彈簧，發展到一支減震器，到一台摩托車，到一輛汽車，公司秉承「推動汽車能源變革，創享智慧移動生活」的使命，深刻踐行「一切為了用戶，超級奮鬥，擁抱改變，誠信可靠，價值共用」的核心價值觀，正由傳統汽車向智慧汽車、由傳統製造向智慧製造轉型升級，追求高品質發展，為實現「成為全球智慧汽車品牌企業」的願景而努力前進。員工超過10000人，A股上市公司，中國企業500強。

Chongqing Sokon Industrial Group Co., Ltd (hereinafter referred to as the Group) is a mixed-ownership manufacturer founded in 1986. Starting from a spring to a shock absorber, a motorcycle and a car, the Group adheres to the mission of “driving the automotive energy transformation and creating an intelligent mobility

lifestyle”, and puts into practice its core values of being “user-centric, diligent, change-oriented, trustworthy and value-sharing”. It is promoting transformation and upgrading from traditional vehicles to intelligent vehicles and from traditional manufacturing to intelligent manufacturing, and pursuing high-quality development so as to realize the vision of “becoming a global branded enterprise of intelligent vehicles”. The Group is an A-share listed company and one of the top 500 companies in China, with over 10,000 employees.

上述中文文本首先介紹了公司的所有制類型,接著概括了公司的發展歷程,說明了公司的理念、當前任務和最終目標,最後簡述公司成就。文中多次用到四字詞和排比,且先說理念、做法再說目標,屬於歸納式推理。而在企業的英文版網站中,對企業的介紹很明顯是按照中文版文本全部直譯,並且所有文字冗雜在一起,基本沒有任何調整,顯得比較生硬無趣,不能吸引用戶的注意。從技術傳播的視角來看,這種翻譯沒有做到以用戶為中心,國外潛在客戶或消費者流覽網站時獲取資訊困難,不利於企業對外宣傳和發展。為了探究重慶企業英文網站是否符合用戶需求,筆者流覽了多家美國企業的英文網站進行對比,其中美國著名汽車公司通用汽車公司網站中的文字節選如下:

【案例二】

Our goal is to deliver world-class customer experiences at every touchpoint and do so on a foundation of trust and transparency.

WHY WE'RE HERE

Our mission is a world with zero crashes, zero emissions and zero congestion.

Our diverse team of 155,000 employees brings their collective passion for engineering, technology and design to deliver on this ambitious future. And the bold commitments we've made are moving us closer to realizing this vision.

<p>Electrification</p> <p>Our new Ultium Platform can help put everyone in an EV, bringing the world to an all-electric future.</p> <hr style="width: 50px; margin: 10px auto;"/> <p>Learn More</p>	<p>Vehicle Safety</p> <p>Periscope is our holistic approach to engineering safety through a human lens.</p> <hr style="width: 50px; margin: 10px auto;"/> <p>Learn More</p>	<p>Path to Autonomous</p> <p>We're pushing transportation options beyond our wildest imaginations with autonomous vehicles.</p> <hr style="width: 50px; margin: 10px auto;"/> <p>Learn More</p>	<p>Social Impact</p> <p>We are committed to becoming the most inclusive company in the world and we won't stop until we get there.</p> <hr style="width: 50px; margin: 10px auto;"/> <p>Learn More</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

WHO WE ARE

Together, for everyone

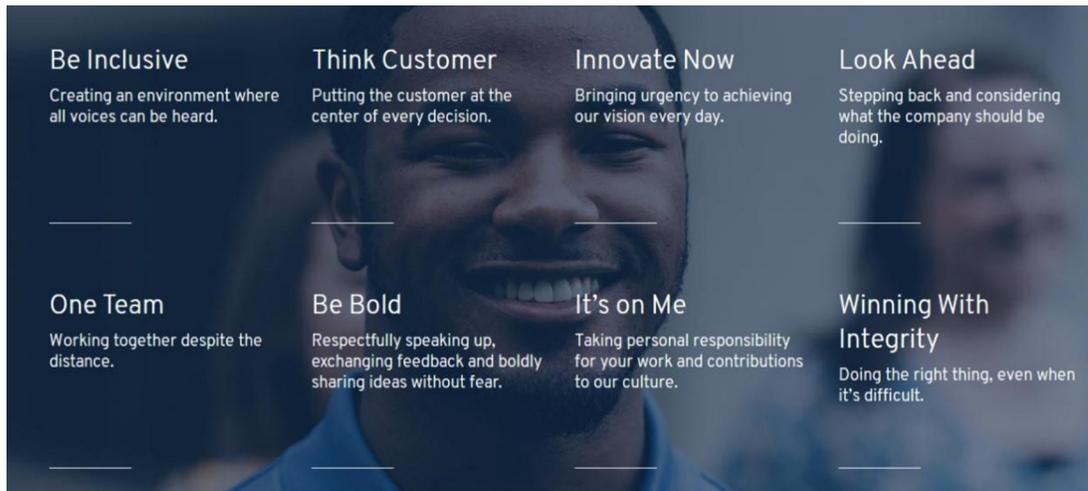
Headquartered in Detroit, Michigan, with employees around the world, General Motors is a company with global scale and capabilities.

- Employing over 155,000 people
- Serving six continents
- Operating across 22 time zones
- With a diverse workforce speaking 75 languages

HOW WE ACT

These are the behaviors by which we measure ourselves

We aspire to be the world's most inclusive company and to conduct ourselves with fairness and transparency toward everyone we interact with.



可以看出,通用公司在介紹企業時,在組織方式上,使用了小標題加模組化的形式,把簡介分為了 WHY WE'RE HERE, WHO WE ARE, HOW WE ACT 三個模組,行文簡潔,多次用到第一人稱,同時使用了清單清單式語言,多用平行結構,減少了讀者閱讀時的認知努力。通用公司首先介紹目標,再介紹公司的現狀,最後是做法和計畫等,為演繹式推理。重慶製造業企業英文網站文本應該以英美使用者為中心,以英美企業網站文本特點為標準。重慶製造業企業網站英譯時,其文本應符合技術傳播的要求,以英美使用者的語言習慣為標準進行翻譯,注意語言簡潔、靈活,資訊有效直觀,充分考慮中英文化差異。

(二) 文本邏輯結構標準

邏輯結構的譯寫是技術翻譯中非常重要的一步,也是最體現譯者能力的環節。譯者需要充分理解源文的邏輯關係並進行資訊加工,在此基礎上對源文進行視覺化處理,使譯文邏輯關係清晰直觀。換言之,在進行翻譯時,譯者應該有策略地進行創譯,以突出文本結構,吸引網站流覽者的注意力。

為此,譯者需要瞭解在技術傳播中常見的邏輯結構,筆者總結 Markel 在 *Technical Communication* 中提到技術資訊常見的組織模式有 8 種¹⁹,見下表:

時間順序	正序或倒序: <ul style="list-style-type: none"> • 使用指示性語言或符號 • 借助圖表,如時間軸、流程圖 • 對某一時間段所發生的事情或者操作說明進行適當描述
空間順序	選擇一個空間組織原則,如從上到下、從左到右、由裡及外: <ul style="list-style-type: none"> • 使用指示性語言或符號 • 借助圖表,如示意圖、圖示、照片和地圖 • 對某一空間或物體進行適當描述
概括→具體	首先總述主要資訊,再做具體闡述: <ul style="list-style-type: none"> • 使用指示性語言 • 借助圖表,如關係圖、層次結構圖
重要→次要	首先陳述最重要的資訊再說明次要,再到次次要或者省略次要資訊,以此類推,如在介紹新產品:產品特色(→價格→市場……): <ul style="list-style-type: none"> • 使用指示性的語言或符號 • 借助圖表,如示意圖、清單

续表4-1

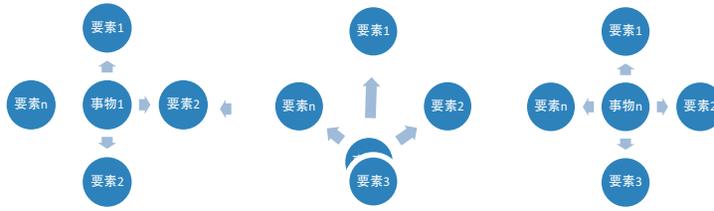
<p>對比和比較</p>	<p>這種結構分為兩種情況,見圖 4-1 和圖 4-2:</p>  <p>圖 4-1: 各個事物分別與每個要素的對比和比較</p>  <p>圖 4-2: 每個要素分別與各個事物的對比和比較</p> <ul style="list-style-type: none"> • 明確對比和比較的標準 • 根據標準分析每個要素或事物 • 總結 • 借助圖表對整個過程和結論進行說明
<p>分類或分區</p>	<p>根據某一標準將要件分類;將某單一或幾組要件劃分成幾個重要的要素:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 根據受眾確定分類或分區的基礎 • 每一個分類或分區有且只有一個基礎 • 避免分類的重疊 • 劃分種類要全面 • 分類排序要有邏輯 • 借助圖表,如組織結構圖、示意圖
<p>問題-方法-解決方案</p>	<p>討論遇到的問題、解決問題的步驟以及結果或解決方案。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 描述問題要清晰具體 • 描述方法時要清楚地說明舉措和原因 • 不要過於詳細地陳述預期結果 • 整體陳述要有邏輯順序 • 借助圖表使過程更為清晰,如流程圖、示意圖、圖解等
<p>原因-結果</p>	<p>可以從原因開始推測結果,或者你可以從結果開始嘗試確定哪些因素是原因。</p> <ul style="list-style-type: none"> • 要有推理過程 • 敘述不要過於繁冗 • 避免邏輯謬誤 • 借助圖表強調邏輯,如流程圖、組織關係圖、樹狀圖等

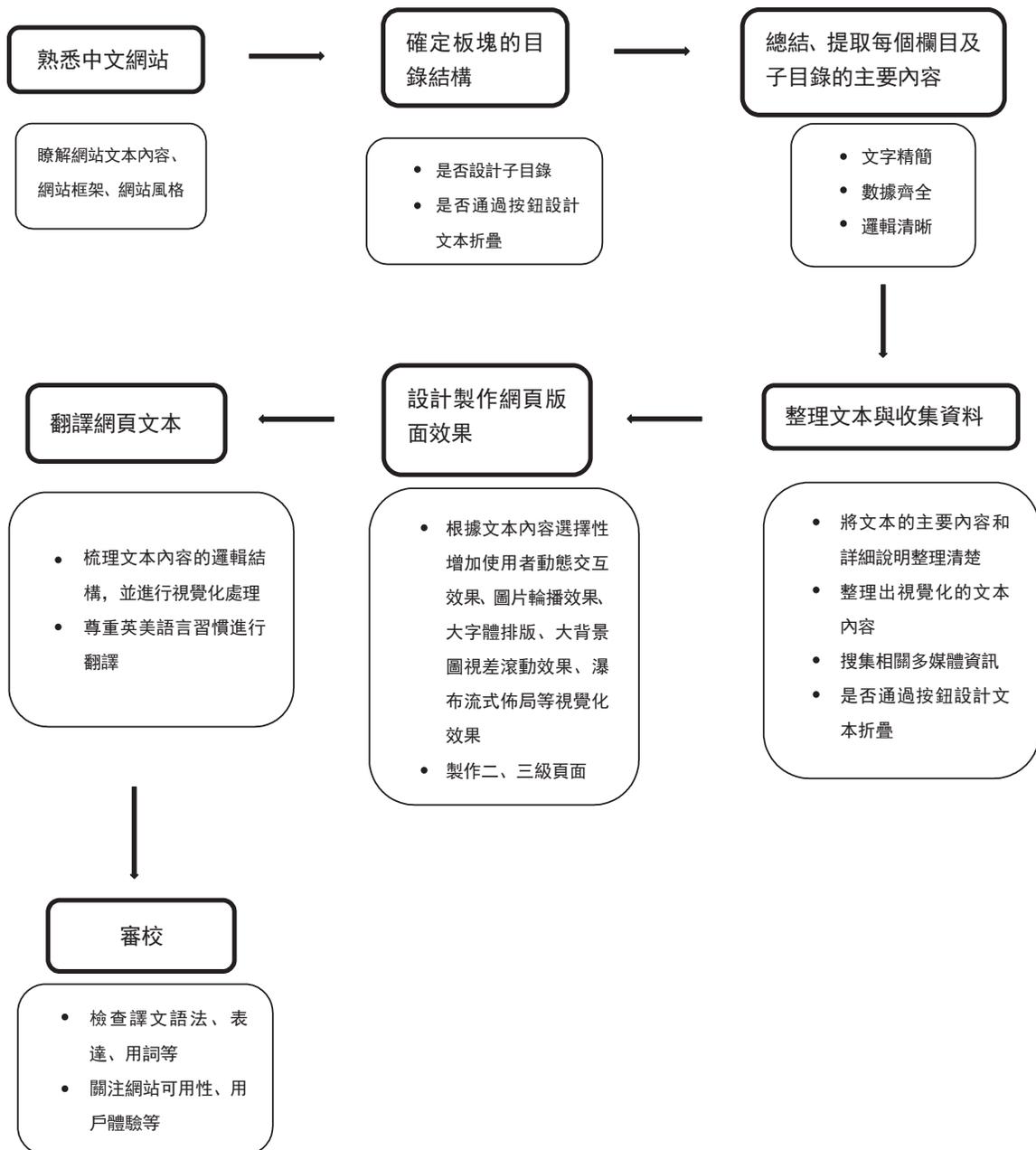
表 4-1 技術資訊的組織模式

在英譯企業的網站時,譯者應該將原有的中文文本按照上述表格進行視覺化處理,突顯文本邏輯結構,

使網站內容直觀清晰,便於使用者獲取資訊,提高效率,優化流覽感受,給用戶留下良好印象。值得一提的是,譯員在翻譯完成後應注意檢查網站翻譯結果,關注用戶回饋。譯後對英文網站的使用感進行檢驗時,可使用 Tomlin[®]提出的使用者感優化步驟對英文網站的使用感進行定性和定量的分析,即定義使用者、行為使用者體驗資料分析、使用者體驗和可用性測試、分析結果並進行優化,以期取得最佳的技術傳播效果。

四、結論

綜上所述,重慶製造業企業要「走出去」就要優化其英文網站的翻譯,而在技術傳播的視闕下,譯員實際上是一名技術傳播者,其工作不僅是翻譯文字,而是資訊架構師、技術寫作者、技術編輯、技術繪圖師等多重角色[®],要確保網頁的可讀性、可用性,滿足用戶需求。基於以上討論,本文對整個製造業網頁翻譯流程及注意事項總結如下表:



注釋

- ① 俞德海:《立頓美國網站對中國茶企網站翻譯的啟示》,中國科技翻譯 2018 年版,頁 22-24+35。
- ② 邢傑,張群,莊慧慧:《粵港臺旅遊景點英漢雙語網站對比分析》,廣東外語外貿大學學報 2017 年版,頁 57-64。
- ③ 範勇:《目的論觀照下的翻譯失誤——一些大學網站英文版例析》,解放軍外國語學院學報 2005 年,頁 70-72 版+88。
- ④ 範勇:《功能主義視角下的中國高校英文網頁中的翻譯問題研究》,北京科學出版社 2009 年版。
- ⑤ 焦豔偉:《生態翻譯學視角下政府網站外宣翻譯研究——以陝西省各級人民政府網站為例》,南昌教育學院學報 2019 年版,頁 111-115。
- ⑥ 譚曉林,趙定濤,謝偉:《企業電子商務採納的影響機制研究——以企業網站建設仲介效應為例》,中國軟科學 2017 年版,頁 184-192。
- ⑦ 自正權:《基於官網外宣的企業形象與企業出口績效的關係研究(博士論文)》,摘自 <https://kns.cnki.net>, 2018。
- ⑧ Jordy, B. (2006). *Technical Translation: Usability Strategies for Translating Technical Documentation*. Springer.
- ⑨⑮ 王怡,劉世英:《技術傳播視閥下 ICT 高校翻譯人才培養》,翻譯研究與教學 2020 年版,頁 93-99。
- ⑩ Pfeiffer, W. S. & Adkins, K. E. (2011). *Technical Communication Fundamentals*. Prentice Hall.
- ⑪ 戴鑫,胡尹儀,劉莉:《中國 500 強企業如何在互聯網上做國際傳播——基於網站設計與文化適應的視角研究》,新聞與傳播研究 2019 年版,頁 85-122+127。
- ⑫ Marlana, C. (1996). *Human factors for technical communicators*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- ⑬ Mike, M. (2015). *Technical Communication*. London: Macmillan.
- ⑭ Craig, W. T. (2018). *UX optimization: Combining behavioral UX and usability testing data to optimize websites*. New York: Apress.

(Editors: LI Ruobing & LENG Xueyuan)