

DỊCH TÀI LIỆU DU LỊCH TỪ TIẾNG VIỆT SANG TIẾNG ANH THEO LÝ THUYẾT QUAN HỆ

Nguyễn Thị Ngọc Hạnh

Đại học Văn Hiến

HanhNTN2@vhu.edu.vn

Ngày nhận bài: 09/9/2017; Ngày duyệt đăng: 25/12/2017

TÓM TẮT

Trong những năm gần đây ngành du lịch ở Việt Nam, đặc biệt ở mảng du lịch quốc tế, đã có sự tăng trưởng ngoạn mục. Giới chức trách trong ngành du lịch và nhiều doanh nghiệp lữ hành gần đây đã chú ý nhiều hơn đến công tác dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh, nhằm góp phần thu hút khách du lịch quốc tế đến đất nước hình chữ S khám phá vẻ đẹp tự nhiên cuốn hút và văn hóa phong tục lâu đời, phong phú. Bài viết này đề cập mối liên hệ giữa việc dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh với Lý thuyết quan hệ, thảo luận nguyên lý tri nhận và nguyên lý giao tiếp của sự quan hệ áp dụng trong dịch tài liệu du lịch Việt – Anh, cũng như đề cập một phương pháp dịch quan trọng là dịch có chú thích, từ đó nhấn mạnh sự liên quan tối ưu trong bản dịch sẽ giúp khách du lịch quốc tế nắm bắt thông tin dễ dàng, chính xác và cảm nhận rõ hơn về các nội hàm văn hóa, lịch sử Việt Nam trong các tài liệu du lịch.

Từ khóa: tài liệu du lịch, lý thuyết quan hệ, tri nhận, dịch có chú thích

ABSTRACT

Relevance theory in translating tourism texts from Vietnamese into English

Over recent years, Vietnam has witnessed remarkable growth in its tourism industry, particularly in the international sector. Tourism authorities and local travel firms have thus paid increasing attention to the translation of tourism texts from Vietnamese into English in a bid to draw more international visitors to the S-shaped country to marvel at its alluring natural beauty and rich, long-standing culture. This paper discusses the link between the translation of tourism texts from Vietnamese into English and relevance theory; the cognitive principle of relevance and communicative principle of relevance applied in the translating process; and provides a glimpse into gloss translation, an instrumental translation method, thereby accentuating that optimal relevance in translated versions is conducive to foreign readers/ vacationers' proper interpretation and better appreciation of Vietnamese cultural and historical hues in tourism texts.

Keywords: tourism text, relevance theory, cognitive, gloss translation

1. Đặt vấn đề

Tài liệu du lịch đóng vai trò quan trọng trong việc giới thiệu cảnh quan tươi đẹp và kho tàng di sản văn hóa lâu đời của Việt Nam ra thế giới, cụ thể là với lượng du khách quốc tế đến Việt Nam đang tăng lên mỗi năm. Tài liệu dịch du lịch vì vậy cũng góp phần thu hút sự chú ý, quan tâm của khách du lịch từ các nước khác. Bản dịch hay, tôn được vẻ đẹp thiên nhiên và văn hóa, phong tục Việt Nam có thể là một trong những yếu tố kéo khách đến đất nước Đông Nam Á này. Trong quá trình dịch, dịch giả thường gặp nhiều khó khăn với những đoạn về văn hóa quốc gia

hoặc vùng miền. Bài viết này vì thế đề cập cách dịch một số cụm từ và thuật ngữ chứa nhiều hàm ý văn hóa trong các tài liệu du lịch ở Việt Nam từ góc độ Lý thuyết quan hệ, cũng như phân tích đôi nét về các nguyên lý và phương pháp dịch phổ biến.

Hiện tại, đã có một số tác giả viết về việc áp dụng Lý thuyết quan hệ trong dịch du lịch trên thế giới, có thể kể đến công trình *On the Cultural Differences in Tourism Translation* của Yang (2014), và *The Translation of Culture-loaded Tourism Texts from Perspective of Relevance Theory* của Zhang và cộng sự (2013). Ở Việt

Nam một số tác giả đã khai thác rất tốt Lý thuyết quan hệ trong dịch, ví dụ công trình *Từ nguyên lý cộng tác của Grice đến Lý thuyết quan hệ của Sperber và Wilson* của tác giả Trương Viên (2014), *Nghiên cứu xây dựng hệ thống thông tin phục vụ du lịch tại Việt Nam*, Luận văn Tiến sĩ của Phan Thị Huệ (2015). Tuy nhiên, ở Việt Nam, việc áp dụng Lý thuyết quan hệ trong dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh chưa được quan tâm đúng mức.

Bài viết được thực hiện trên cơ sở quan sát thực tiễn, kinh nghiệm dịch thuật trong nhiều năm của bản thân và những kiến thức, kinh nghiệm tích lũy trực tiếp từ các giảng viên là chuyên gia trong ngành du lịch, kết hợp với hệ thống hóa lý thuyết quan hệ, so sánh các bản dịch nhằm phân tích những cơ sở lý luận và thực tiễn, qua đó chứng minh các luận điểm nêu trên.

2. Định nghĩa “biên dịch”

Theo nhà nghiên cứu Chesterman (2005), khái niệm “dịch thuật” (translation) xuất phát từ ý niệm cơ bản là “chuyển tải một điều gì đó”, trong tiếng Latin là “transfere” và tiếng Hy Lạp là “metapherein.” Dịch thuật, về mặt từ nguyên học, còn là phép ẩn dụ, nghĩa là trong một số trường hợp, khái niệm cần dịch không được chuyển tải theo nghĩa đen (Chesterman, 2005: tr. 5).

Tác giả cũng nêu rõ người Việt Nam dùng từ “dịch”, tương tự ý niệm “di chuyển nhẹ nhàng, nhanh chóng” của người Trung Hoa (Chesterman, 2005: tr. 9).

Theo Nguyễn Thị Như Ngọc (2016), đến nay có khá nhiều cách định nghĩa về dịch, có thể khái quát thành hai hướng quan niệm: (1) Dịch là một quá trình mà sản phẩm của nó là đạt được sự tương đương tối đa về nghĩa của tài liệu nguồn (Catford, 1965; Larson, 1984); (2) Dịch là một quá trình mà sản phẩm của nó là đạt được sự tương đương tối đa về nội dung thông điệp của tác giả trong tài liệu nguồn (Nida, 1969; Newmark, 1988).

Vì bài viết này bàn về tài liệu dịch du lịch, giúp người đọc (du khách) cảm nhận vẻ đẹp thiên nhiên và hàm ý văn hóa sâu xa của Việt Nam nên hướng quan niệm (2) phù hợp hơn.

3. Dịch và Lý thuyết quan hệ

Theo Trương Viên (2014: tr. 8), Lý thuyết quan hệ nhằm mục đích giải thích đầy đủ về nghĩa ngữ dụng của các phát ngôn (pragmatic meaning). Trong khi đó, theo Sperber và Wilson (1986: tr. 7), Lý thuyết quan hệ cho rằng con người có khuynh hướng tự động tối đa hóa sự liên quan do cách tiến hóa của các hệ thống tri nhận ở con người. Giao tiếp suy diễn trực quan (Ostensive-inferential communication) gồm hai ý định: ý định thông tin (cung cấp thông tin cho người nghe điều gì đó) và ý định giao tiếp (thông báo cho người nghe về ý định thông tin của mình). Chúng ta quan tâm chú ý những thông tin liên quan đến mình. Lý thuyết quan hệ cho rằng giao tiếp của con người nhằm tìm kiếm sự liên quan tối đa, chẳng hạn nhằm đạt được hiệu quả ngữ cảnh mà không cần quá nhiều nỗ lực xử lý.

Lý thuyết quan hệ phát triển hai nguyên lý về vai trò của sự liên quan trong tri nhận và trong giao tiếp:

Nguyên lý liên quan tri nhận: tri nhận con người có khuynh hướng thiên về sự tối đa hóa về sự liên quan.

Nguyên lý liên quan giao tiếp: mọi hành động giao tiếp đều chuyển tải giả định về sự liên quan tối ưu của nó.

Theo Gutt (1989: tr. 285), cách duy nhất để người nghe nhận ra ý định thông tin của người tham gia đối thoại là sự nhất quán với nguyên lý quan hệ (principle of relevance). Người nghe chỉ việc hiểu tác nhân kích thích với giả định rằng sự liên quan tối ưu (optimal relevance) diễn đạt bởi người nói hoặc viết sẽ được thực hiện. Đối với dịch giả, cũng là người tham gia đối thoại trực quan (ostensive communicator), trước hết họ phải tạo ra ý định thông tin. Dịch giả phải tự xác định liệu ý định thông tin đó có giá trị truyền đạt hay không, nghĩa là, liệu họ có thể mong đợi người nghe hiểu theo cách nhất quán với nguyên lý liên quan không.

Gutt (1998), cũng cho rằng mục đích của dịch hàm ẩn (implicit translation), chẳng hạn như dịch tài liệu du lịch hoặc các mẫu quảng cáo, không nhằm cung cấp thông tin nguồn (source information), vì sự liên quan giữa thông tin nguồn

và thông tin đích (target information) không hề quan trọng. Bản dịch ẩn (covert translation) có vị thế của nguyên tác trong văn hóa đích, nghĩa là dịch giả viết lại tài liệu du lịch, mẫu quảng cáo mới bằng một ngôn ngữ mới. Để có một bản dịch ẩn như vậy, theo House (1997: tr. 199), người dịch phải sử dụng điều mà House gọi là bộ lọc văn hóa (cultural filter). Cũng theo Gutt (1998), tài liệu dịch mới phải liên quan với tài liệu nguồn về mặt diễn đạt thông tin. Vì vậy, quá trình dịch bị hạn chế bởi Lý thuyết quan hệ, dịch giả nên giả định hành động giao tiếp của người viết tài liệu nguồn và tìm kiếm sự liên quan tối ưu để chuyển tải cho người đọc.

4. Dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh

Theo phần thảo luận ở trên, giả định nền tảng của Lý thuyết quan hệ là mọi khía cạnh giao tiếp và tri nhận được điều khiển bởi quá trình tìm kiếm sự liên quan. Dịch thuật, từ góc độ Lý thuyết quan hệ, mang những khái niệm cốt lõi như ‘trực quan (ostensive), suy diễn (inference) và sự liên quan’ trong việc dịch.

4.1. Mô hình trực quan - suy diễn (Ostensive - Inferential) và dịch thuật

Để phát triển nhanh, bền vững, và tiếp tục phát huy vai trò là một trong những ngành kinh tế trọng điểm của quốc gia, ngoài nỗ lực tự thân, ngành du lịch Việt Nam còn phải chú trọng đến nhiều yếu tố khác, trong đó có thông tin du lịch phần lớn được thể hiện ở tài liệu du lịch.

Theo Quỹ Châu Á và Viện Nghiên cứu và Phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam (2012), “tài liệu du lịch” là một trong những yếu tố hạ tầng quan trọng để phát triển du lịch ở một địa phương/ quốc gia. Tài liệu du lịch thường gặp nhất ở dạng sách quảng cáo và bản đồ, thường được cung cấp tại các gian hàng hội chợ du lịch, trung tâm thông tin du lịch, bảo tàng và triển lãm, cũng như dưới dạng các mục/ bài đăng trên website của các công ty lữ hành/ đại lý du lịch.

Về chức năng, tài liệu du lịch là một trong những kênh quan trọng để cung cấp thông tin về danh lam thắng cảnh, giá trị văn hóa, lịch sử và

phong tục tập quán của người dân bản địa ở địa phương/ đất nước. Tài liệu du lịch vì thế là cách hiệu quả để giới thiệu những hình ảnh tuyệt đẹp của du lịch Việt Nam ra thế giới và góp phần bảo tồn những hình ảnh, giá trị đó. Chúng cũng giúp quảng bá các sản phẩm, dịch vụ du lịch đặc thù cung cấp bởi các công ty lữ hành, giúp thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng.

Mục đích của tài liệu du lịch, như sách quảng cáo, tờ rơi và các đoạn clip quảng cáo trên các kênh quốc tế như Discovery, National Geographic và YouTube là thu hút sự chú ý của du khách, đặc biệt là khách quốc tế, mời gọi họ đến với Việt Nam nói chung và những địa danh nói riêng với những tour được chào bán hấp dẫn. Vì vậy, khi dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh, đặc biệt những tài liệu chứa các khái niệm có giàu ẩn ý văn hóa, Lý thuyết quan hệ đóng vai trò quan trọng trong việc giúp tài liệu dịch liên quan, gần gũi với môi trường tri nhận của người đọc nước ngoài (du khách quốc tế.)

Theo Zhang và cộng sự (2013), quá trình này được thể hiện như sau:

- Suy nghĩ/ ý định của tác giả tài liệu du lịch gốc mã hóa => truyền tải => giải mã => suy nghĩ/ ý định được hiểu bởi dịch giả.

- Suy nghĩ/ ý định của dịch giả => mã hóa => truyền tải => giải mã => suy nghĩ/ ý định được hiểu bởi người đọc tài liệu du lịch.

4.2. Sự liên quan tối ưu (optimal relevance) của tài liệu dịch

Theo Zhonggang (2006: tr. 45), khi xử lý tài liệu, chỉ khi người nghe đạt được hiệu ứng ngữ cảnh đầy đủ (nghĩa là họ hoàn toàn hiểu được tài liệu) mà không cần cố gắng không cần thiết, thì sự liên quan tối ưu mới đạt được. Chẳng hạn, trường hợp người dịch tài liệu du lịch khi chuyển tải nội dung về *Kỳ bí tục phơi xác chết dưới nắng trên đỉnh Hồng Ngai* (huyện Bắc Yên, tỉnh Sơn La) (Hải Minh, 2013) cho đối tượng người đọc là du khách nước ngoài, đặc biệt là từ các nước Âu Mỹ vốn xa lạ với tập quán mai táng này. Trước tiên, người dịch phải cân nhắc mối quan tâm và giả định ngữ cảnh của người đọc (du khách). Sau đó, người dịch khiến câu chuyện trở nên gần gũi hơn để tạo ra hiệu ứng ngữ cảnh tích

cực, phù hợp với đất nước của người đọc. Người dịch cũng cố gắng chuyển tải ý nghĩa một cách dễ hiểu nhất cho người đọc, vì du khách gồm nhiều thành phần, bao gồm trí thức, người dân lao động, học sinh, sinh viên, nhiều độ tuổi như trẻ em, thanh thiếu niên, người trưởng thành và người cao tuổi, sao cho đa số (hoặc tất cả) người đọc có thể xử lý những thông tin đó với ít nỗ lực nhất. Bằng cách này, người dịch làm cho bản dịch về tập quán mai táng đó liên quan tới ưu với người đọc.

Theo Zhang và cộng sự (2013: tr. 79), vì sự nội địa hóa (domestication) giúp người đọc nhận ra văn hóa của mình trong tài liệu được viết trong một văn hóa khác (Venuti, 1995), ngoại hóa (foreignization) nên được sử dụng khi dịch tài liệu du lịch nhằm giúp giữ lại hương vị đặc sắc riêng cũng như giới thiệu rộng rãi văn hóa và lịch sử của một đất nước. Tuy nhiên, ngoại hóa, vốn thường ít đề cập những giá trị văn hóa nổi bật trong ngôn ngữ đích, thường khiến người đọc nước ngoài khó “sử dụng mã và thông tin ngữ cảnh có sẵn” (Sperber và Wilson, 1986: tr. 43), vì thế bản dịch ít khi đạt được sự liên quan tối ưu. Cả nội địa hóa và ngoại hóa khi đứng một mình trong dịch thuật đều không thể giúp bản dịch liên quan tối ưu và dễ hiểu đối với người đọc (du khách) vốn đến từ nhiều nền tảng văn hóa khác nhau.

Vì vậy, phương pháp dịch có chú thích (gloss translation) được khuyến nghị sử dụng khi dịch tài liệu du lịch nhiều hàm ý văn hóa.

Dịch có chú thích giúp người đọc đồng cảm tối đa với nhân vật trong ngữ cảnh của tài liệu nguồn, và cảm nhận hết mức văn hóa, phong tục tập quán, cách suy nghĩ và phương thức thể hiện (Venuti, 2000), sao cho ý nghĩa của tài liệu trong ngôn ngữ gốc được giải thích rõ ràng, đôi khi là bằng ngôn ngữ khác. Vì vậy, theo Zhang và cộng sự (2013), chú thích có thể ở dạng ghi chú (marginal notation) ngắn gọn, đơn giản các từ mà người đọc cảm thấy khó hiểu hoặc không rõ ràng, cũng có thể ở dạng bản dịch theo lối liên tuyến (interlinear translation) của toàn bộ tài liệu gốc hoặc tham chiếu chéo (cross reference) với các đoạn văn tương tự.

Theo Aaltonen (2010: tr. 107), dịch có chú

thích là kiểu tài liệu mở (open text), nhắm đến một nhóm người đọc cụ thể, thường là các kịch tác gia và dịch giả. Dịch có chú thích xác định hoặc giải thích chỉ tố văn hóa theo chủ đề, nhưng không đề nghị sự lựa chọn. Dịch có chú thích bị trói buộc bởi thể chế nghệ thuật nhằm điều chỉnh bài dịch dựa trên cơ sở phân tích ngôn ngữ của tài liệu nguồn.

Tài liệu du lịch với những cụm từ mang văn hóa đặc trưng rất khó dịch, vì chúng chứa đựng những giá trị văn hóa liên quan ngôn ngữ nguồn. Khi dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh, tài liệu đích có chú thích tương ứng được xem là thông điệp mới, trong khi thông tin trong môi trường tri nhận của du khách nước ngoài là thông điệp cũ. Vì vậy, Zhang và cộng sự (2013) nhấn mạnh rằng dịch giả phải làm sao để bản dịch của mình tạo ra nhiều hiệu ứng ngữ cảnh hơn bằng cách ít nỗ lực xử lý tài liệu hơn. Bản dịch thành công khi tạo ra hiệu ứng ngữ cảnh tương tự hoặc giống hệt cho độc giả nước ngoài nhằm giúp họ hiểu được ý định giao tiếp của tài liệu du lịch gốc.

Dưới đây là một số ví dụ tiếng Việt sưu tầm từ các báo uy tín bao gồm báo Tuổi Trẻ và được dịch ra tiếng Anh có so sánh với trang Tuoitre-news. Các câu dịch này áp dụng phương pháp dịch có chú thích để làm sáng tỏ Bảng 1 nhằm phân cấp sự liên quan và các quan điểm lý thuyết nêu trên.

Bảng 1: Phân cấp sự liên quan

Mối liên quan (LQ)	Hàm ý ngữ cảnh (Contextual implication)	Nỗ lực xử lý
LQ tối ưu	Hoàn toàn có thể hiểu được	Không cần nỗ lực không cần thiết
LQ chặt chẽ	Tương đối rõ ràng	Cần ít nỗ lực cần thiết
LQ rời rạc	Được ngụ ý	Cần nhiều nỗ lực
Không LQ	Mơ hồ và không rõ ràng	Mọi nỗ lực đều vô ích

So sánh các cặp câu dưới đây:

1a. Sapa is home to six of Vietnam's 54 ethnic groups, namely Mông, Dao Đỏ, Tày, Giáy, Xa Phó and Kinh (Sapa có sáu trong số 54 dân tộc ở Việt Nam cư ngụ, gồm người Mông, Dao

Đò, Tày, Giáy, Xa Phó và Kinh).

1b. Sapa, a beloved resort town in the north-western province of Lào Cai, is home to six of Vietnam's 54 ethnic groups, namely Mông, Dao Đò, Tày, Giáy, Xa Phó and Kinh, with Kinh making up the majority of the country's population (Sapa, thị trấn du lịch nổi tiếng của tỉnh Lào Cai ở vùng Tây Bắc, có sáu trong số 54 dân tộc ở Việt Nam cư ngụ, gồm người Mông, Dao Đò, Tày, Giáy, Xa Phó và Kinh, trong đó người Kinh chiếm đại đa số trong dân số Việt Nam).

2a. Construction on the Imperial City of Huế began in 1805 and completed in 1832 under the reign of King Minh Mạng (Kinh thành Huế được khởi công xây dựng vào năm 1805 và hoàn tất năm 1832 dưới thời Vua Minh Mạng).

2b. Construction on the Imperial City of Huế¹ began in 1805 and completed in 1832 under the reign of King Minh Mạng². The completion came five years before Victoria became Queen of Great Britain at the age of 18. (Kinh thành Huế được khởi công xây dựng vào năm 1805 và hoàn tất năm 1832 dưới thời Vua Minh Mạng, năm năm trước khi Nữ hoàng Victoria của Anh lên ngôi ở tuổi 18).

Rõ ràng sự liên quan của bản dịch 1a và 2a khá rời rạc, nội hàm văn hóa được ngụ ý, vì vậy người đọc cần nhiều nỗ lực để hiểu và cảm nhận nội hàm văn hóa đó.

Bản dịch 1b và 2b có liên quan hơn đến môi trường tri nhận của người đọc nước ngoài, bảo đảm sự liên quan tối ưu nhằm giúp độc giả đích đạt được đủ hiệu ứng ngữ cảnh mà không cần nỗ lực xử lý không cần thiết.

3. *Xe ôm*, một trong những phương tiện sử dụng rộng rãi trong người dân bản địa và khách du lịch, nhất là khách lẻ và 'Tây ba lô,' nên được dịch là motorbike taxi. Theo Trần Xuân Điệp (2014: tr. 4), sự khác nhau duy nhất giữa hai phương tiện chuyên chở này chỉ là xe ôm thì sử dụng xe máy còn taxi thì sử dụng ô tô.

¹ *The heart of Huế City, which is located in the central Vietnamese province of Thừa Thiên- Huế (trái tim thành phố Huế thuộc tỉnh miền Trung Thừa Thiên- Huế).*

² *The second king of the Nguyễn dynasty (1802-1945), which is the country's last monarchy rule (vị vua thứ hai của triều Nguyễn (1802-1945), triều đại phong kiến cuối cùng của Việt Nam).*

Trong văn hóa các nước nói tiếng Anh không có hoặc không phổ biến hiện tượng dùng xe máy để chuyên chở khách lấy tiền. Do đó, về mặt ngôn ngữ, không có hoặc khó có từ/ngữ nào biểu đạt khái niệm đó. Về văn hóa, dịch vụ chỉ khái niệm gần nhất về nghĩa với *xe ôm* trong văn hóa Việt Nam hiện đại là taxi. Đây cũng là ví dụ của cách dung hòa giữa hai đối cực, ngoại lai hóa (foreignization) và bản địa hóa (domestication), trong lý thuyết của Venuti (1995). Để người đọc ngữ đích (khách du lịch nước ngoài rất chuộng sử dụng phương tiện *xe ôm* để ngắm cảnh, đi lại trong thành phố) có thể hiểu được *xe ôm* - một ý niệm ngoại lai đối với họ - thì phải dung hòa giữa yếu tố bản địa (taxi) và yếu tố ngoại lai (bằng xe máy).

4. *Văn Miếu Quốc Tử Giám* (một điểm tham quan khá nổi tiếng ở Hà Nội) thường được dịch là *Temple of Literature/Letters*. Chúng ta có thể dịch có chú thích là *Temple of Literature/Letters*, considered Vietnam's first university (được xem là trường đại học đầu tiên của Việt Nam.) Tương tự, *Phố cổ Hà Nội*, một điểm đến không thể bỏ qua khi đến thăm thủ đô, có thể dịch là *Hanoi Old Quarter* và có thể kèm theo chú thích là *Hanoi Old Quarter, which consists of small streets named after the handicraft items specifically traded there such as Hàng Bạc (Silverware), Hàng Mã (Votive Papers), and Hàng Gõ (Wooden items)* (gồm nhiều đường nhỏ được đặt tên theo các mặt hàng thủ công riêng của từng con đường).

Hồ Hoàn Kiếm có thể dịch là Hoàn Kiếm Lake, nhưng sẽ rõ hơn nếu dịch là *Sword Lake* hoặc *Lake of the Returned Sword*. Rõ ràng ở đây đã áp dụng phương pháp dịch có chú thích, giúp người đọc, đặc biệt là khách du lịch nước ngoài hình dung rõ hơn về điển tích đằng sau tên gọi của hồ. (Tên gọi Hoàn Kiếm xuất hiện vào đầu thế kỷ 15 gắn với truyền thuyết vua Lê Lợi trả gươm báu cho Rùa thần- Wikipedia). Cách dịch có chú thích này giúp tạo sự liên quan tối ưu, giúp người đọc hoàn toàn có thể hiểu được tên gọi của hồ mà không cần nỗ lực không cần thiết.

5. Tương tự, *tranh Đông Hồ* có thể dịch là Dong Ho paintings, nhưng du khách nước ngoài sẽ dễ hiểu hơn với cách dịch chú thích *Dong Ho*

folk woodblocks (tranh khắc gỗ). *Nhà rường Huế* (*Hue wooden houses in gardens*, nhà gỗ trong vườn), *hoành phi* (*horizontal lacquered board usually engraved with Chinese characters*, bức tranh sơn mài nằm ngang thường khắc chữ Hoa) và *câu đối* (*a pair of vermilion lacquered and gilded wood panels which contain parallel meaningful sentences*, cặp miêng gỗ sơn thếp đỏ có ghi những câu ý nghĩa đối nhau) cũng gần gũi với khách du lịch quốc tế hơn.

6. Một số ví dụ khác gồm cách dịch chú thích những từ sau: *rượu cần* (*a type of herbal, fermented rice wine drunk using a long crane tube*, nghĩa là một loại rượu gạo lên men, uống bằng cần dài), *nhai trầu* (*chewing quids of betel that contain betel leaves, areca nuts and slaked lime at auspicious occasions*, nghĩa là nhai miếng trầu gồm lá trầu, quả cau và vôi nghiền vào những dịp trọng đại; và *áo tứ thân* (*traditional four-flapped gown typically worn by northern Vietnamese women*, nghĩa là áo truyền thống có bốn vạt của phụ nữ Bắc Bộ).

Lên đồng hoặc hầu đồng (*mount the medium or go into a trance*) nên được chú thích thêm là *a ritual in which practitioners become mediums for various deities who take over their bodies and say words or carry out actions in the living world. The practice is part of the UNESCO-recognized Vietnamese folk religion called Đạo Mẫu, or the worship of mother goddesses* (nghĩa là nghi thức mà người tham gia hóa thân thành đồng cốt để thần thánh nhập vào cơ thể họ thực hiện hành động trong thế gian. Đây là một phần của Đạo Mẫu, là tín ngưỡng lấy việc tôn thờ Mẫu (Mẹ) làm thần tượng, gần đây đã được tổ chức UNESCO công nhận).

Như vậy, cách dịch có chú thích trên đây giúp bản dịch liên quan tối ưu đến ngữ cảnh của độc giả nước ngoài (du khách quốc tế.) Nó cũng đồng thời cung cấp thông tin liên quan tối ưu được chuyển tải bởi chính địa danh/ đặc điểm văn hóa đó.

5. Thảo luận

Theo quan sát, tài liệu du lịch tiếng Việt thường ít chú giải các đặc điểm văn hóa, lịch sử mang tính phổ thông của địa danh/ địa phương/

quốc gia vì mặc định đa số khách du lịch trong nước đều đã biết. Lê Đức Luận (2016: tr. 157) có nêu ví dụ: “Này đoạn Các lái trở vô/ Thuận An là chôn thuyền đô ra vào” khi mô tả địa danh du lịch ở tỉnh Thừa Thiên- Huế. Ở đây nếu không chú giải ‘về Các lái’ là thể loại “hát về hành trình các thương lái đi từ Huế vào Nam Bộ và từ Nam Bộ ra Huế. Trong hành trình vào ra này, các địa danh ven biển hiện ra rất phong phú với những cảnh sắc rất tươi đẹp, kỳ vĩ” thì khách du lịch người Việt và nước ngoài đều khó nắm bắt được cái hay cái đẹp của đặc điểm văn hóa và các địa danh du lịch lâu đời này. Lý thuyết quan hệ đóng vai trò rất quan trọng trong dịch tài liệu du lịch vì bản dịch có vận dụng lý thuyết này sẽ là cầu nối dung hòa những khác biệt giữa văn hóa Việt Nam và văn hóa phương Tây.

Theo Võ Thành Tâm (2011), môi trường sống khác nhau của người phương Đông, bao gồm Việt Nam, và người phương Tây, là địa hình đồng bằng và đồng cỏ dẫn đến cư dân của hai khu vực phải sinh sống bằng hai nghề khác nhau: trồng trọt và chăn nuôi. Kết quả là hình thành hai kiểu văn hóa khác nhau hoàn toàn: văn hóa phương Đông, cụ thể là Đông Nam Á, trong đó có Việt Nam, là trọng tĩnh (gốc nông nghiệp); trong khi đó văn hóa phương Tây mang tính trọng động (gốc du mục), và biến chuyển rất nhanh. Vì vậy khi dịch “lúa nước” (*wet-rice*) hoặc “đạo thờ Mẫu” (*worship of Mother Goddesses*), người dịch cũng nên đề cập sự khác biệt văn hóa này nhằm đạt sự liên quan tối ưu ở người đọc. Tương tự khi dịch truyền thuyết Sơn Tinh – Thủy Tinh, người dịch cũng nên chú thích là vì văn hóa phương Đông có gốc nông nghiệp, nên có phần nể sợ thiên nhiên, nhất là thiên tai, và luôn cố gắng sống hòa hợp với thiên nhiên; trong khi văn hóa phương Tây có gốc du mục, nơi này không hợp thì di chuyển sang nơi khác nên có phần coi thường thiên nhiên và luôn muốn chế ngự thiên nhiên.

Cũng theo tác giả này, sự khác biệt giữa văn minh/ văn hóa phương Đông và phương Tây cũng thể hiện ở mặt tổ chức cộng đồng. Với một số dân tộc ở Việt Nam như Chăm, thường sống tập trung tại các tỉnh Nam Trung Bộ như Ninh Thuận và Bình Thuận, và các dân tộc sinh sống

ở Tây Nguyên như Ê-đê, Gia Rai, người phụ nữ vẫn đóng vai trò rất lớn trong xã hội như chủ động trong hôn nhân, chồng về ở rể nhà vợ, con cái đặt tên theo họ mẹ, v.v. Trong khi đó, tuy là xã hội hiện đại và luôn kêu gọi quyền bình đẳng cho phụ nữ, nhưng cho đến nay nhiều nước châu Âu, châu Mỹ vẫn giữ tục lệ là phụ nữ mang họ chồng trong các văn bản pháp lý. Vì vậy khi dịch “phong tục cưới của người Chăm” (*ethnic Cham wedding rituals*) nên áp dụng phương pháp dịch có chú thích để giải thích cho bạn đọc/ khách du lịch nước ngoài là *As Cham people adopt matriarchy – a social organizational form in which a relationship is determined through the female line, the nuptial ceremony is typically held at the bride’s home* (Tuoitrenews) (Người Chăm theo chế độ mẫu hệ, một kết cấu tổ chức xã hội trong đó gia đình cô dâu quyết định cuộc hôn nhân đó, vì vậy lễ cưới thường được tổ chức ở nhà gái). Cách dịch như vậy giúp bản dịch đạt sự liên quan tối ưu, giúp người đọc hiểu rõ hơn và cảm nhận sâu sắc hơn đặc điểm văn hóa này. Vì vậy, việc áp dụng Lý thuyết quan hệ vào dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh là rất cần thiết, nhờ đó tăng sức hấp dẫn và góp phần quảng bá hiệu quả hơn cho địa danh/ đặc điểm văn hóa đang được đề cập.

Bài viết nhằm mục đích giúp sinh viên chuyên ngành ngôn ngữ Anh hoặc những ai hiện đang công tác trong mảng dịch thuật có liên quan đến du lịch có thể dịch tốt hơn các tài liệu du lịch khi áp dụng Lý thuyết quan hệ, tạo thiện cảm tốt và thu hút du khách quốc tế, qua đó thúc đẩy ngành công nghiệp du lịch phát triển hơn nữa và đạt hoặc vượt chỉ tiêu về số lượng du khách quốc tế đến Việt Nam hàng năm.

6. Kết luận

Với sự phát triển nhanh của ngành du lịch ở Việt Nam trong những năm gần đây, dịch tài liệu du lịch từ tiếng Việt sang tiếng Anh hoặc ngược lại là việc rất cần thiết. Du lịch và văn hóa có liên quan mật thiết với nhau, dịch du lịch, vì vậy, là một dạng giao tiếp liên văn hóa.

Bài viết đã trình bày một trong những cách giúp dịch giả xóa bỏ rào chắn ngôn ngữ và văn hóa giữa các nền văn hóa khác nhau, và tạo ra

bản dịch liên quan tối ưu đến độc giả nước ngoài, giúp họ dễ dàng hiểu được thông tin chuyên tài và cảm nhận được trọn vẹn vẻ đẹp của cảnh vật và nét đặc sắc của văn hóa Việt Nam. Lý thuyết quan hệ là nguyên lý vô cùng hiệu quả trong dịch thuật, đặc biệt là dịch các tài liệu du lịch liên quan đến văn hóa. Trong khi đó, dịch có chú thích giúp dịch giả chuyển tải ý định bổ sung một số hiệu ứng vốn khó thực hiện được nếu dịch theo nghĩa đen, giúp đạt sự liên quan tối ưu của các tài liệu du lịch liên quan đến văn hóa. Đó cũng là cách hiệu quả nhất để giúp bạn đọc (du khách nước ngoài) hiểu được thấu đáo tài liệu nguồn, cảm nhận đầy đủ nét đẹp thiên nhiên, văn hóa của Việt Nam được đề cập để rồi cảm thấy thôi thúc phải đến thăm đất nước tươi đẹp này một ngày không xa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Aaltonen, S. (2010). Drama Translation. In *Handbook of Translation Studies*. 1. John Benjamins Publishing Company. p. 107.
- Chesterman, A. (2005). *Interpreting the Meaning of Translation*. pp. 5-9. Available from: http://www.linguistics.fi/julkaisut/SKY2006_1/1FK60.1.1.CHESTERMAN.pdf. [Accessed 11th Sept 2017].
- Trần Xuân Điệp (2014). Bước đầu tìm hiểu quan hệ giữa ngữ nghĩa học tri nhận và bộ lọc văn hóa qua một số ví dụ dịch Việt Anh. *Tạp chí Ngôn ngữ và Đời sống*, 12 (230), tr. 16.
- Gutt, E. A. (1989). Translation and Relevance. *Doctor of Philosophy Thesis, University of London*. pp. 285-286.
- Gutt, E. A. (1998). Pragmatics aspects of translation: Some relevance theory observations. In Leo Hickey, ed. (2001), *Introducing Translation Studies*, Tehran: Yalda Ghalam, pp. 41-53.
- Hải Minh (2013). *Kỳ bí tục phơi xác chết dưới nắng trên đỉnh Hồng Ngai*. Tham khảo tại: <https://vtc.vn/ky-bi-tuc-phoi-xac-chet-duoi-nang-tren-dinh-hong-ngai-d135488.html> [Truy cập ngày 14 tháng 9 năm 2017].
- House, J. (1997). *Translation quality assessment: A model revisited*. Tübingen: Niemeyer. p. 199.
- Lê Đức Luận (2016). Địa danh du lịch biển đảo Nam Trung Bộ trong về Các lái. Trong: *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học toàn quốc Phát triển Bền vững du lịch Biển - Đảo Việt Nam thời kỳ hội nhập*, Trường Đại học Văn Hiến. p. 157.
- Nguyễn Thị Như Ngọc (2016). Dịch ẩn dụ từ tiếng Anh sang tiếng Việt theo tri nhận luận. Trong: *Kỷ yếu Hội thảo Giảng dạy Biên- Phiên dịch*

- bậc Đại học*, NXB Đại học Quốc Gia TP. HCM. p. 249.
- Quỹ Châu Á/ Viện Nghiên cứu và Phát triển ngành nghề nông thôn Việt Nam (2012). *Tài liệu hướng dẫn phát triển du lịch cộng đồng*. Tham khảo tại: <https://asiafoundation.org/resources/pdfs/> [Truy cập ngày 22 tháng 12 năm 2017].
- Sperber, D. and Wilson, D. (1986). *Relevance: communication and Cognition*, Oxford, Basil Blackwell. pp. 7-43.
- Võ Thành Tâm (2011). *Quá trình thâm nhập của văn minh phương Tây vào Đông Nam Á từ thế kỷ 16 đến năm 1945*. Luận văn Thạc sỹ Trường Đại học Sư phạm TP. HCM. tr. 23-25.
- Venuti, L. (1995). *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London and New York, Routledge. p. 12.
- Venuti, L. (2000). *The Translation Studies Reader*. London, Routledge. p. 129.
- Trương Viên (2014). Từ nguyên lý cộng tác của Grice đến lý thuyết quan hệ của Sperber và Wilson. *Ngôn ngữ & Đời sống*, 6 (224), tr. 8.
- Yang, L. (2014). On the Cultural Differences in Tourism Translation. *Cross cultural Communication*, 10 (1). pp. 85-88.
- Zhang, Y., Lv, Z. and Feng, C. (2013). The Translation of Culture-loaded Tourism Texts from Perspective of Relevance Theory. *Theory and Practice in Language Studies*, January, Academy Publisher, 3 (1). pp. 77-81.
- Zhonggang, S. (2006). A Relevance Theory Perspective on Translating the Implicit Information in Literary Texts. *Journal of Translation*, 2 (2). p. 45.