

## 技术传播视阈下 ICT 文档创译方法论与策略研究

王 怡, 李媛媛

重庆邮电大学 重庆

**【摘要】**随着各行各业对数字化转型的需求日益迫切,如何快速且准确地翻译 ICT(信息通信技术)领域的技术和产品信息,并有效地进行本地化以满足目标读者的需求,成为企业对外传播中亟待解决的核心问题。本文通过对“思源华为杯”创译大赛获奖文档的案例分析,探讨 ICT 文档的类型特点、基于读者导向的多模态传播形式及其效果,研究并评估创译策略的运用效果。研究重点在于构建一种适用于技术传播视阈下的 ICT 文档创译方法论与策略,以丰富翻译文本的类型,并拓展技术传播视阈下的翻译观。希望通过推动 ICT 企业基于目标读者实现有效且全面的创译传播,帮助更多外国读者理解中国,从而向世界传递中国的“技术声音”。

**【关键词】**技术传播; ICT 文档; 创译; 用户导向; 思源华为杯

**【基金项目】**2023 年重庆市研究生科研创新项目(CYS23458):技术传播视阈下 ICT 文档创译方法论与策略研究——以“思源华为杯”创译大赛为例。

**【收稿日期】**2025 年 4 月 15 日

**【出刊日期】**2025 年 5 月 7 日

**【DOI】**10.12208/j.ssr.20250186

### A study on methodology and strategies for ICT document transcreation from the perspective of technical communication

Yi Wang, Yuanyuan Li

Chongqing University of Posts and Telecommunications, Chongqing

**【Abstract】**As the demand for digital transformation grows across various industries, a key challenge in corporate external communication is how to quickly and accurately translate information and product content in the field of Information and Communication Technology (ICT), while effectively localizing it to meet the needs of target audiences. This paper analyzes award-winning entries from the "Siyuan-Huawei Cup" Transcreation Competition to examine the characteristics of ICT document types, their reader-oriented multimodal communication formats, and the effectiveness of such approaches. The study focuses on developing a methodology and strategic framework for ICT document transcreation within the perspective of technical communication. It aims to enrich the types of texts handled in translation and expand the scope of translation studies through the lens of technical communication. Ultimately, it seeks to support ICT companies in delivering effective, audience-centered transcreated messages to help international readers better understand China, and to share China's "technical voice" with the world.

**【Keywords】**Technical communication; ICT documents; Transcreation; User-oriented; Siyuan-Huawei Cup

#### 1 引言

随着各行业信息化建设推进,我国综合国力和国际地位显著提升。但中国在世界上的形象很大程度仍是“他塑”而不是“自塑”。大部分 ICT 企业意识淡薄,仍未认识到外宣文档在市场推广中的重要性,在文档制作中缺乏系统性,过于枯燥的描述和缺乏情感的表达使得故事缺乏吸引力,文档质量水平参差不齐。这种情况下,即使企业拥有优秀的产品和技术,也难以

“走出去”。因此,必须承认现有问题的存在,创新适应目标读者的外宣方式。正如习近平在给人民日报海外版创刊 30 周年的重要批示中指出,用海外读者乐于接受的方式、易于理解的语言,讲述好中国故事,传播好中国声音。在传播策略上,宜根据目标受众的审美距离,灵活运用副文本和增译、省译、改写等技巧,创造为目标受众可接受的文本。因此,本文将从能解决现存问题的策略——技术传播的角度出发,以“思源华为杯”

创译大赛获奖文档为研究对象, 提出一个可操作的创译模型, 旨在为 ICT 文档英译提供新视角。

## 2 技术传播视角下的创译理念

技术传播是一门化繁为简的技艺, 可以将复杂难懂的技术信息, 变成易于读者消化和理解的内容, 进而帮助用户又好又快地完成任务。我们认为技术传播就是多模态的有效传播, 注重文字、图画、音频、视频、网页等各种模态对专业信息的有效组织与呈现。技术写作作为技术传播在翻译领域的应用, 不同于传统意义上的翻译, 具备原创性翻译能力, 是表述知识和操作知识的高度融合(王传英, 2011)。

国内有关的创译方法论研究较少, 以技术传播为切入点的相关创译研究更为稀有, 针对 ICT 行业的研究则基本没有。目前文献都主要聚焦在单独的技术传播原则与规范、创译重要性等理论探讨上。吾雅平、王婷、黄玺(2022)调研了企业品牌翻译的创译理据与实践, 认为为促进更深入的营销传播, 创译已然具备深厚的文化和市场价值。王怡和刘世英(2020)认为: “技术传播可以促进产品或服务的上市、宣传和推广, 并确保产品或服务得到合理、有效和高效的利用”。从加速文化和企业走出去的视角来重新定义翻译的角色和职责, 创译具备广大的实践领域。接下来, 我们将讨论特定 ICT 文档的语言特征, 深入探索适用于 ICT 领域的创译策略。

## 3 ICT 文档翻译的语言特征

ICT 文本呈现以下普遍的语言特征: 有大量术语、词语往往偏积极正向、逻辑结构清晰、内容精简。另外, 不同文本类型的 ICT 文档之间也存在一些差异具有不同的风格, 比如:

(1) 用户手册与支持文档: 这类文档是直接面向最终用户的文档, 它们通常包含了产品的操作说明、功能介绍和故障排除等内容。需要结合目标文化清晰地翻译, 确保用户能够轻松理解, 跟随指令进行操作。

(2) 技术规范: 技术规范文档则更加注重专业性和精确性, 它们详细描述了技术要求、性能标准和设计参数, 翻译工作最好具备相应的技术背景知识。

(3) 研究报告: 研究报告通常包含最新的研究成果和技术动态。翻译时需要注意文献的引用规范, 确保严谨性和权威性。

(4) 营销文档: 如宣传册、广告和产品介绍等文档语言风格倾向于吸引人、易于记忆, 并能够激发潜在客户的兴趣。翻译时应注重语言的流畅性和呼吁性。

ICT 文档创译要求译者能有较强的原创能力、写作能力、整合能力和排版布局能力。接下来笔者将分析不

同形式的创译是如何影响信息传播和用户体验的。

## 4 多模态创译形式与传播效果

在数字变革的传播过程中, 有众多利用多种感官以及多种媒介来传达信息的传播方式, 其优势在于可以更全面、更立体地传递信息, 增强受众对信息的吸收率和记忆效果。

对于 ICT 企业而言, 通过结合不同模态传播形式的文档也具有不同的创译特点和传播效果, 比如:

(1) 以文字与图像结合为例。一款智能手机的用户手册, 除了文字描述外, 还配以手机界面截图、操作示意图等图像甚至视频, 以帮助用户更好地理解操作步骤和功能。在创译过程中, 需要译者具备较强的图文处理能力。传播效果方面, 文字与图像相结合能够提高文档的可读性。

(2) 以交互式内容为例。一款智能家居产品的在线体验, 用户可以通过点击操作控制家居设备, 体验产品功能。在创译过程中, 译者需要不仅保持原文的准确性, 还需考虑如何在译文中保留交互式体验的模拟能力。此类内容能够增强用户参与感, 提高用户对内容的认知度和满意度。

以 Apple 公司的产品发布会为例, 其通过精心设计的幻灯片、产品视频、语言表达结合现场演示, 不仅向受众展现了产品的功能性质, 还传递了品牌的设计美学和技术创新的价值观。其结果是一个高度整合的传播体验, 激发了受众激烈的情感反应, 这在产品发布后的市场反响中得到了明显证实。再以微软为例, 当发布新版 Office 软件时, 它提供多语言版本的文档、可视化教程以及操作视频。这些多模态材料不仅帮助用户理解软件的操作方法, 还在一定程度上构建了用户共同的使用经验, 强化了品牌的全球形象。

## 5 ICT 文档创译方法论

根据技术传播的设计原则和写作理念, 笔者将主要探索技术传播视阈下 ICT 文档创译的策略, 从以下六个方面构建系统的理论体系, 包括译前准备、信息组织、切合主题、读者导向等翻译方法, 具体来说还涉及如何确定创译文档风格、选择时间或空间等组织模式、明确文档目标用户和发布渠道等需要遵守的创译原则。结合华为思源杯历届创译文档, 探讨如何通过策略优化, 提高 ICT 文档创译的质量和效益, 使创译文档易于理解、易于使用、易于查找。

### (1) 充分准备

在创译文档之前, 充分的准备需要译者了解原文本所涉及的细节、背景, 同时考虑目标读者的预期和需

求。这一过程包括深入研究主题、了解作者和读者、明确文档用途,以及其发布渠道。每种渠道都有其特定的受众和规则,对翻译的格式、风格和语言选择都提出了不同的要求。

以第一届思源华为杯的赛题举例,主题为华为云 CloudDE,赛题明确了以华为云的营销人员视角进行创译,那么在语言行文上就要注意简洁专业、清楚直观。译文文档用途为宣传产品、提升品牌效应,对译者的挑战就是需要让目标读者能了解华为云产品可以帮助各行各业发展,选择该产品的优势在何处。此外,主办方提出创译文档的发布渠道为杂志期刊,译者则可以在排版布局的时候参考杂志的页面组织、双语对照的翻译方法、以及杂志期刊的语言风格等,以使创译文档的文案通俗易懂,语言清晰精炼,内容图文并茂,排版美观简约。

### (2) 组织得当

技术写作与其它类型的写作不同,技术写作需要以不同的方式呈现关键信息,从而满足特定用户的需求(王怡,刘世英,2020)。它涉及信息和想法的有效组织、结构化以及内容的逻辑连贯。一个拥有良好信息组织的文档可以帮助读者清晰地理解信息,并按照创译者的意图来解读内容,各部分之间有适当的过渡。

在具体实践中,可以通过将内容分模块化并且在每个模块使用一个亮眼的小标题来实现。模块化的内容安排可以提高读者的记忆力和理解度。每个模块都集中在一个特定的子主题或概念上,通过段落间清晰的分隔,可以简化复杂的信息,使其更加易于消化。译者应当确保每一部分都紧密围绕中心主题展开。在信息爆炸的时代,读者更倾向于那些能够迅速传达关键信息且方便检索的文本。而小标题不仅能够帮助读者快速地抓住主要观点,也能提供直观的结构,使读者在浏览时能够轻松跳转至其最感兴趣的部分。

以第三届思源华为杯创译大赛为例,赛题中要求根据提供的两篇共计 4000 字的“数据防勒索与数据保护”主题文章进行创译,对信息进行重组提炼,形成信息组织良好、阅读体验佳的创译稿件,创译文档不超过 1000 字。原文要精简到 1000 字,说明译者需要抓住重点并重组,此类外宣营销类文档的目的就是为了推广产品,所以可以按照 What-Why -Where-Who 的经典 4W 结构来组织信息,比如 What is Huawei Solution?模块介绍华为该产品的工作原理和特点,展示技术的先进性;Why Huawei Solution?模块解答为什么选择华为防勒索解决方案,客户选择华为能收获何种效益;而第三模块

Where to use Huawei solution? 旨在展示华为防勒索产品的对于各种潜在场景的适用性;第四模块的 Who can use Huawei solution?则能够强调华为产品覆盖全用户,展现其优秀的竞争力。

Markel (2018) 在 Technical Communication 中提到技术信息常见的组织模式,除了上述的经典 4W 结构外,还有其它几种:时间顺序、空间顺序、从一般到具体、从主要到次要,从原因到结果、从存在问题到解决方案等。

### (3) 切合主题

由于汉语“重文气、轻文理、重意合、轻形合”的特点,在技术传播中汉语比英语更容易混淆。因此,在翻译 ICT 文档时更需要用词精准,选取平行文本中的高频词汇。通过精确的术语使用和恰当的风格匹配,译者也可以减少读者理解上的困难。透过简化的解释和实例展示,创译能够使得主题不失其真实深度的同时,对读者来说更加亲切和易于接受。以第四届思源华为杯创译大赛为例,中文原文赛题给出的是“最后,欢迎大家加入到 openEuler 的大家庭中,能在 openEuler 之上创造更丰富的智能世界。openEuler 社区欢迎大家!”字数较长,但都在体现号召的目的,而在一等奖作品中,文档的最后将这句话创译为了:



图 1 第四届比赛创译结束语

字数从中文的 40 字精炼为了英文的 8 个单词,但所需要传达的意思并未被削弱,相反,口号式、短语式的话语比冗长的完整句来说更加具有力量和力度。这就是在翻译过程中,为了切合文档推广营销的主题,所完成的精彩创译。

### (4) 读者导向

创译的核心要素是读者导向,创译内容的设计和表达应当首先考虑目标读者的需求和预期。为了实现这一点,创译者需对目标受众进行深入了解,站在读者的角度考虑问题。使用主动语态呈现信息更能提高文章的可读性和吸引力,因为主动语态构造的句子通常比被动语态更直接、更有力。同时,整洁的文本布局有利于阅读的清晰性,如何使读者在阅读过程中能够毫不费力地理解内容,是创译要解决的关键问题。

以第一届思源华为杯大赛为例,赛题原文为

“CloudIDE 这样一款工具如何为不同需求、不同背景、不同水平的开发者都提供良好的服务呢？”，主语是产

品，用户是宾语，而在图中一等奖作品中：



图2 第一届比赛创译小标题

译文以读者角度撰写，由产品主语、服务用户转向用户主语、增强代入感，避免疏远读者。

同样以读者为导向的创译方法，也出现在另一句创译文案中。一般来说，由于文化差异，国内企业文体较正式，遣词造句工整得体，多用第三人称，力求信息客观真实；国外企业在正式程度上相对较低，语言朴实、

灵活轻松，而且多用第一、二人称，体现企业以服务为本的态度（朱敏华，2012）。像这一句“用户使用 CloudIDE 时轻松导入代码模板和例程，不论身具何种开发水平，不论意图何种开发框架，一键式导入例程代码，随时可以站在巨人的肩膀上实现创新。而且，我听说真正的高手更喜欢 DIY 开发自己的插件！”

While using HUAWEI CloudIDE, you can easily import code templates and routines for innovation, regardless of levels and frameworks.

**To be a master, why not DIY your own plug-in?**

图3 第一届比赛用户视角创译

译文中用“你”和读者交谈，最大限度地拉近了企业与客户的距离，提高了文字的共情能力，提升了客户购买这家企业产品的意愿。

(5) 直观展示

除了文字的转换，直观展示也非常关键。创译者需要通过恰当的视觉呈现，辅助文字内容，增强读者的阅读体验。这一步需要考虑到设计布局和色彩使用，这些非语言元素同样会对读者的接受度产生影响。

比如列表式语言可以有效地总结和梳理关键点，不仅能够分清主次，还可以强化结构，将复杂的段落划

分为简易的枚举项，从而提高文档可读性。同时，图像化的内容展示能够突出视觉效果，将复杂数据或概念以视觉友好的方式展现出来，这样的可视化信息常常比文字更易于解读和记忆。

不过，译者需要注意在使用列表式语言时一定要注意语篇内部的平行结构，可以利用合并同类项的方法找出句子中类似的部分，再用项目符号列举出不同的内容，列表前后的文字应该引导读者理解列表的作用和意义，切记要保证句子和语法的合理性。

以第四届思源华为杯大赛获奖一等奖作品为例：

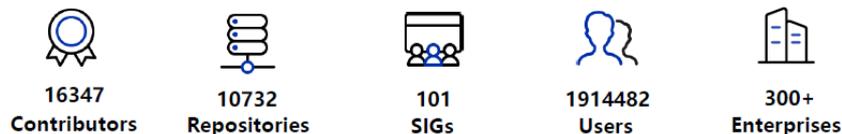


图4 第四届比赛可视化创译

在描述华为 openEuler 开源社区的发展现状时，中文原文用了一段数据+说明性词语来进行陈述，读者阅读一次之后能记住的信息点可能少之又少，但是一等奖作品将这一段文字创译为了图像+数据+名词的展示

形式，读者在看到图象时，能加强对文字的理解，而在看到数据时，又能加深对信息的印象。

(6) 独具匠心

独具匠心的设计不仅能引起读者的兴趣，还能增

强信息的清晰度和传达的效果。根据技术传播理论, CRAP 原则是一套被广泛认可的设计准则, 包括对比 (Contrast)、重复 (Repetition)、对齐 (Alignment) 和亲密性 (Proximity) 四个要素。

(1) 对比: 通过使用不同的字体大小、粗细、颜色或其他视觉元素, 对比可以引起读者的注意, 区分不同的信息和层级。

(2) 重复: 在整个文档中重复使用相同的设计元素 (如颜色方案、字体、图像风格), 可以建立一种视觉统一性, 帮助读者识别相似类型的信息。

对于一个新人来说, 面对如此多的信息量, 可能有些摸不到头脑。下面, 就带着大家一步步的化繁为简的做一次开源参与之旅吧。

法律合规是第一步

“开源”这两个字眼虽然在很大程度上代表了自由, 但是开源并不是法外之地, 因此遵循法律合规是一个社区健康发展的首要的环节。因此, 任何一个人, 如果想要参与到 openEuler 项目中, 第一步就是要签署 CLA 协议。

在开发者的下拉框的左下角, 有一个 CLA 签署的链接。



点击进入以后是如下 URL 地址:

https://clasign.osinfra.cn/sign/gitee\_openeuler-1611298811283968340

如果是个人开发者, 选择第三项 Sign Individual CLA, 如果是您所在的公司已经和社区签署了 CLA, 那么也可以选择 Sign Employee CLA。通常我们只需要关心这两个选项就够了。

加入组织

在 openEuler 社区中, 它的基本“组织”单元是 SIG 组, 也就是 special interest group。你有两种选择:

- 1. 寻找找到和你具有同样“特殊爱好”的小组, 然后申请加入。
2. 你的爱好太“特殊”以至于目前还没有志同道合的人, 自己申请建一个。

图 5 第四届比赛原文选段

(3) 对齐: 文本和图像的整齐排列可以创建干净、有序的视觉效果, 使阅读更流畅。

(4) 亲密性: 将相关的信息组块放置在一起, 通过空间距离创造视觉的联系。

以第四届华为思源杯的为例, 以下图 5 图 6 为大赛给出的其中一段中文原文试题, 要求呈现出阅读体验佳的英文作品, 图 7 则为为一等奖获奖作品对这一段文字进行的创译。

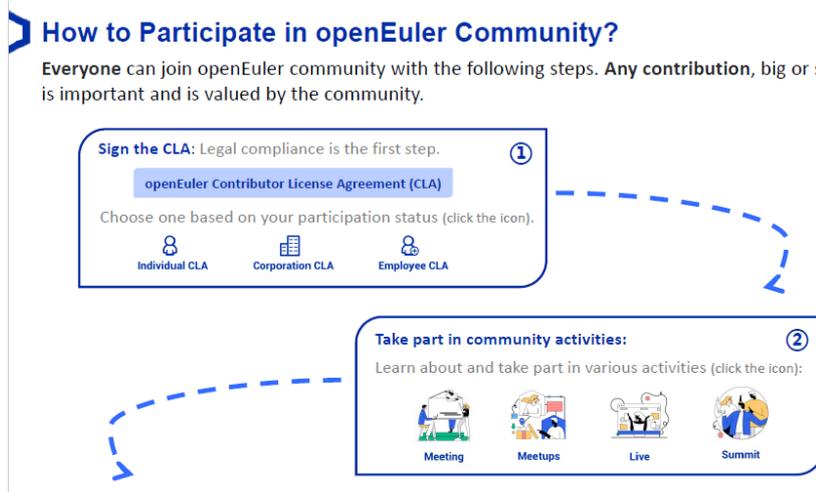
这一段中文原文长达约 1200 字, 如果全部按照原文顺序直译过来, 得到的即为下图 8 中的文档效果:

我能做什么

在签署完 CLA 协议, 完成了社区的注册以后, 就需要考虑在社区里具体能做什么了。参与社区有很多方法和形式, 如果总结起来, 大体有下面的几类:

- 1. 提交一些需求, 或者 bug, 简单来说就是发觉那里用的不爽, 直接提要求。或者在用 openEuler 的过程中发现了一些问题, 然后需要在社区把这个问题报出来。
2. 为社区修正 bug, 这是更高一个层面的参与社区了, 在这个层面, 参与者实质上是一个开发者的姿态进入到了社区中。
3. 贡献软件包, 发现 openEuler 缺失了一个软件包, 帮 openEuler 把这个软件包补上。
4. 开发新软件, 有自己的一些想法, 独立开发一个全新的软件, 并将这个软件贡献到 openEuler 社区, 成为 openEuler 发行版本中的一份子。

图 6 第四届比赛原文选段



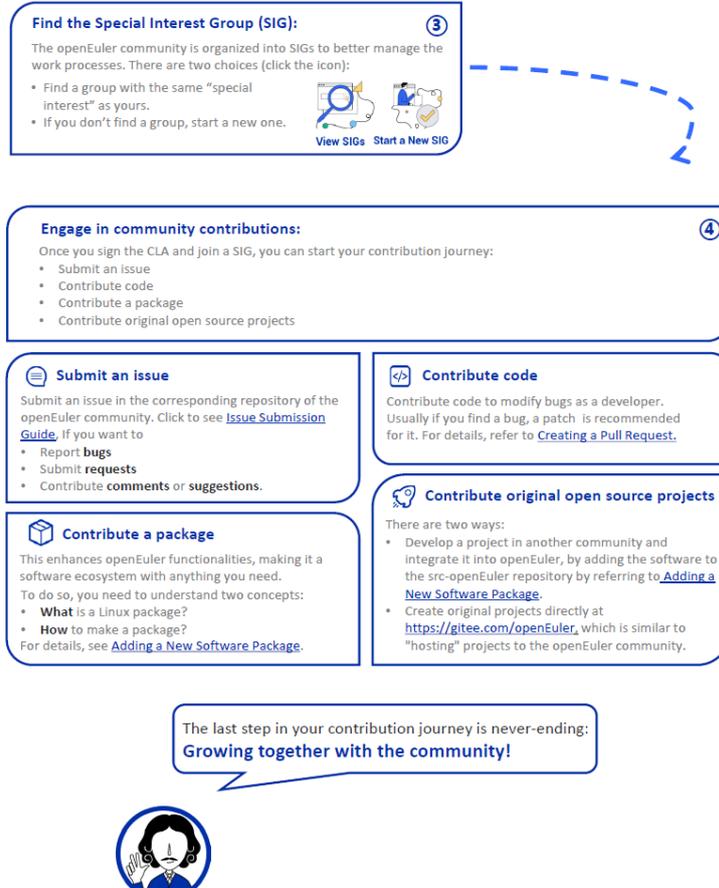


图 7 原文选段图 5、6 创译

For a new person, in the face of so much information, it may be a little confusing. Below, take you step by step to simplify the complicated to do an [open source participation journey](#).<sup>[4]</sup>

Legal compliance is the first step<sup>[4]</sup>

The words "open source" are largely synonymous with freedom. But open source is not outside the law, so compliance with the law is the first link in the healthy development of a community. Therefore, if anyone wants to participate in the openEuler project, the first step is to sign the CLA agreement.<sup>[4]</sup>

In the lower left corner of the developer's drop-down box, there is a link to the CLA signature.<sup>[4]</sup>

Click to enter the following URL address:<sup>[4]</sup>  
[https://clasign.osinfra.cn/sign/gitee\\_openeuler-1611298811283968340](https://clasign.osinfra.cn/sign/gitee_openeuler-1611298811283968340)

Sign Individual CLA if you are an individual developer, or Sign Employee CLA if your company has already signed a CLA with the community. Usually we only have to care about these two options.<sup>[4]</sup>

Join an organization<sup>[4]</sup>

In the openEuler community, its basic "organizational" unit is the SIG group, or special interest group. You have two options:<sup>[4]</sup>

1. Find a group that shares your "special interests" and apply to join.<sup>[4]</sup>
2. Your hobby is so "special" that you don't have anyone else who wants to start one.<sup>[4]</sup>

All openEuler SIG group listed on:  
<https://gitee.com/openeuler/community/tree/master/sig>, you can reference.<sup>[4]</sup>

After creating a PR application for the SIG, it needs to be reviewed at a regular meeting of the Technical Committee (TC)<sup>[4]</sup>  
<https://gitee.com/openeuler/community/tree/master/zh/technical-committee/governance> introduces the TC management mechanism of SIG.<sup>[4]</sup>

What can I do<sup>[4]</sup>

After signing the CLA agreement and registering with the community, you need to think about what you can do in the community. There are many ways and forms of community participation, if summed up, there are generally the following categories:<sup>[4]</sup>

1. Submit some requirements, or bugs, in short, find that they are not working well, and directly ask for them. Or you may find a problem while using openEuler

and need to report it to the community.<sup>[4]</sup>

The initial way to participate in the community is, of course, to first use the community's objects and see what needs to be improved. Put forward some valuable suggestions and opinions. It's almost the easiest way to get involved in your community.<sup>[4]</sup>

In the community, we submit questions and requests through the "issue" mechanism. However, before submitting the issue, the submitter must first clarify to whom the issue should be addressed. In the community, we are "repo" to group features. For example, the "kernel" of our famous Linux operating system has a separate "repo" (commonly referred to as a "bin").<sup>[4]</sup>

2. Fixing bugs for the community, this is a higher level of participation in the community, in this level, the participant is essentially a developer to enter the community.<sup>[4]</sup>

In the community, usually we want to raise a problem and solve it at the same time, and if there is a problem, of course, the best situation is to provide a patch to solve the problem at the same time.<sup>[4]</sup>

3. A software package is missing for openEuler. Help openEuler replace the software package.<sup>[4]</sup>

Before being able to contribute a package to openEuler, our developers need to understand two basic concepts:<sup>[4]</sup>

- What are Linux software packages? Or how the Linux operating system is organized.<sup>[4]</sup>
- How to make a software package.<sup>[4]</sup>

4. Develop new software, have some ideas of your own, independently develop a new software, and contribute this software to the openEuler community, become a part of the openEuler distribution.<sup>[4]</sup>

There are two ways to integrate your work into the openEuler community:<sup>[4]</sup>

Method 1: Develop in other communities and integrate into openEuler<sup>[4]</sup>

Assuming you already have a project on github, gitlab, or gitee, just add the software to the repo repository src-openeuler as you did in Participation 3.<sup>[4]</sup>

Method 2: Develop in the openEuler community and integrate in openEuler<sup>[4]</sup>

Another method is to directly establish a project in <https://gitee.com/openeuler>, similar to the project "managed" to openEuler community.<sup>[4]</sup>

图 8 原文选段图 5、6 直译

可以看到直译文档中虽然也有分点列出的步骤，但是与图 7 的创译文档相较而言，图 8 明显需要耗费读者更多的时间与注意力才能完成指令与引导任务。在图 7 中，创译者在整个文档中重复使用相同的颜色、字体元素，并且通过不同字体大小、视觉距离与信息模块来区分信息层级，再通过整齐排列创造良好的阅读体验，自然让读者能够快速获取有用信息。

此外也可以注意到，适当的留白也可以使页面看起来更加美观，从而减少视觉疲劳，允许读者的眼睛在阅读内容时有喘息的空间，增强信息的可读性和布局的清晰度。比如文字与图片间的留白需要恰当，以确保视觉焦点不被分散；页面边缘和栏目间的留白应适中，既不过于密集造成重叠，也不过于稀疏造成断裂。

以上述研究为基础，在《技术传播》（*Technical Communication*）一书的指导下，笔者期望能够通过规

范创译的过程，也就是在技术传播视阈下创建一个 ICT 文档的翻译模型（如图 9）。笔者认为，首先在创译前应该进行充分的准备，掌握原文档的主题内容、发布渠道等，对原文的作者以及译文的读者有清晰的认识，分析用户需求。然后，在充分理解中文文档的基础上，把握核心内容，精炼地提取出企业想要展示的重点以及客户需要的信息。同时，要注意突破中文文字的束缚，保持原文档的写作风格，切合主题。根据技术传播理念，用词具体利落，最好使用主动语态、第一人称，拉近与客户心理距离。

在文本呈现方式上，也要发挥创造力，利用图表、列表等直观展示的方法创造令人眼前一亮的设计与布局，结合 CRAP 等原则，让客户拥有愉悦的阅读体验。最后，检查文本内容的正确性和内部逻辑是否清晰易读、达到技术传播的要求。

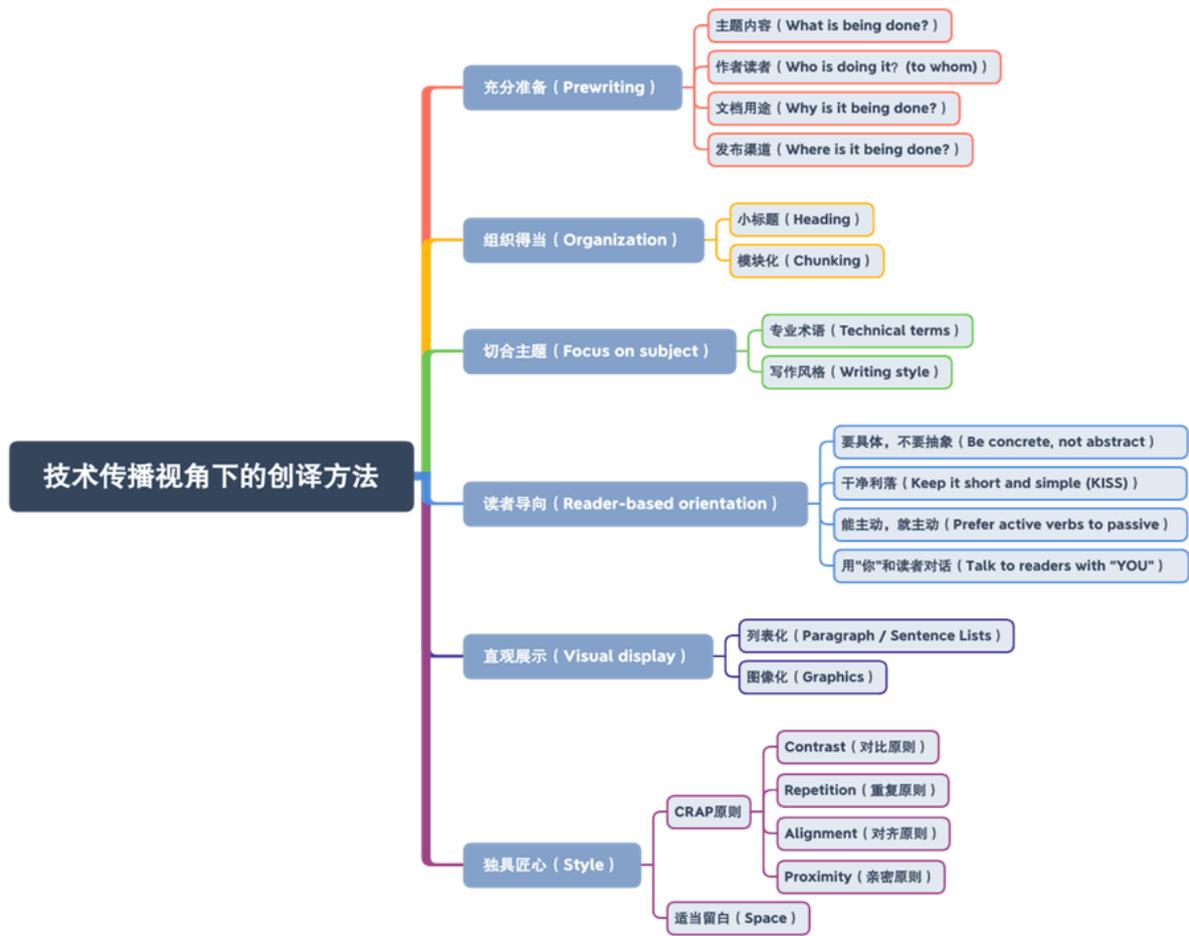


图 9 ICT 文档的创译模型

## 6 结论

ICT 技术文档翻译是企业对外传播的重要载体,直接影响国际客户对企业形象的认知。调研发现,多数企业存在机械直译甚至单语传播现象。建议企业实施创译策略,将技术传播理念融入文档流程,通过精准的本地化表达提升品牌认知度。

此外,技术革新促使语言服务向多元化发展,译者的核心能力已超越传统文字转换范畴。面对机器翻译的迭代压力,译者需译出兼具技术准确性与传播感染力的创译文档。这种能力是实现技术话语体系国际传播的关键。

综上所述,技术传播的手段有助于引导更多外国读者读懂中国,讲述好中国故事,传播好中国声音。ICT 文档创译方法论和策略研究对于提升企业形象、加强品牌传播、满足市场需求具有重要意义。企业应该重视文档创译,提高文档质量,以更好地实现企业的发展目标,对于 ICT 领域,有必要让世界听到中国的“技术声音”、“科技故事”。

## 参考文献

- [1] 王传英,王丹. 技术写作与职业翻译人才培养[J]. 解放军外国语学院学报, 2011, 34(02): 69-73+128.
- [2] 褚凌云. 创译的本质与创译在霍姆斯、图里翻译结构图中的定位[J]. 黑龙江教育(理论与实践), 2016(12): 45-46.
- [3] 王传英,卢蕊. 经济全球化背景下的创译[J]. 中国翻译, 2015, 36(02): 72-76.
- [4] 周芹芹. MTI 学习者商务翻译能力发展的瓶颈与对策——基于技术写作的路径探索[J]. 外语与翻译, 2018, 25(03): 59-65+98.
- [5] 陈琳,曹培会. 论创译的名与实[J]. 外语与外语教学, 2016, (06): 123-130+146+151.
- [6] 张鸽. 技术传播视角下解析阅读认知机制和技术写作规范的关系[J]. 华北理工大学学报(社会科学版), 2020, 20(01): 116-122.
- [7] 吾雅平,王婷,黄玺. 企业品牌翻译的创译理据与实践商榷——基于浙西调研[J]. 宁波开放大学学报, 2022, 20(01): 50-55.
- [8] 王怡,刘世英. 技术传播视阈下 ICT 高校翻译人才培养[J]. 翻译研究与教学, 2020, (01): 93-99.
- [9] Byrne, Jordy. (2006). *Technical Translation: Usability Strategies for Translating Technical Documentation*[B]. Springer. 2006:11.
- [10] Benetello, C. (2018). When translation is not enough: Transcreation as a convention-defying practice. A practitioner's perspective. *The Journal of Specialised Translation*, 29, 28-43.
- [11] Fernández Rodríguez, M. A. (2019). *Transcreación: Retórica cultural y traducción publicitaria*. Castilla. *Estudios de Literatura*, (10), 223-250.
- [12] Gaballo, V. (2012). Exploring the boundaries of transcreation in specialized translation. *ESP Across Cultures*, 9, 95-113.
- [13] Markel, Mike. (2015). *Technical Communication* [B]. Macmillan 2015.
- [14] Pedersen, D. (2014). Exploring the concept of transcreation – transcreation as “more than translation”? *Cultus: The Journal of Intercultural Mediation and Communication*, 27, 57-71.
- [15] Ray, R., & Kelly, N. (2010). Reaching new markets through transcreation. Common Sense Advisory, Inc.
- [16] Tomlin, W. Craig. (2018). *UX Optimization: Combining Behavioral UX and Usability Testing Data to Optimize Websites*. Apress. 2018.

**版权声明:** ©2025 作者与开放获取期刊研究中心(OAJRC)所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

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



**OPEN ACCESS**