

旅游英语的特点及翻译的路径选择

王 君

(浙江旅游职业学院, 杭州 311231)

提 要: 本文首先分析旅游英语的语言功能和语言特征。在此基础上, 文章认为旅游英语翻译就是跨文化交际。在进行旅游英语翻译时, 译者必须了解原语言和译语言的文化。最后, 文章提出旅游英语翻译的几种翻译方法选择。

关键词: 旅游英语; 翻译; 跨文化交际

中图分类号: H315.9

文献标识码: A

文章编号: 1000 - 0100(2008)05 - 0111 - 3

The Features of Tourism English and Its Choice of Translation Method

Wang Jun

(Tourism College of Zhejiang, Hangzhou 311231, China)

This paper, firstly, analyzes the language function of tourism English, and then analyzes the language characteristics of tourism English. On this basis, the author thinks that tourism English translation is just cross-cultural communication. Engaging in tourism English translation, the translator must understand the original language and culture of the language translated. The author then suggests several methods of translation of tourism English translation finally.

Key words: tourism English; translation; the cross-cultural communication translation

旅游英语的特殊性、中西方文化差异 (潘洞庭 2007: 142)产生的汉语和英语在语言使用上的不同使得旅游英语翻译并不容易。一些旅游服务者在使用旅游英语和进行旅游英语翻译时就经常出现一些翻译方面的问题。本文结合旅游英语特点, 借助翻译目的论, 探讨旅游英语翻译的路径。

1 旅游英语的语言特点

下面, 我们从词汇、礼貌、风格和文化等视角来分析旅游英语的语言特点。

像法律英语或者新闻英语一样, 旅游英语在词汇方面也具有自身的特征。

1.1 行业术语

旅游英语会使用大量的有关旅游行业方面的英语单词或者习惯用语, 可以称为旅游英语术语。例如, 乘坐飞机时携带的物品称为 hand or carry-on luggage

1.2 礼节特征

在旅游英语中, 通常使用祈使动词“请”来向倾听者表现说话者的尊重和礼貌, 或者使用情态动词, 如“能”、“可以”、“将”等, 也经常使用疑问句。例如:

Waitress: May I take your order?

Tourist: Yes, please.

1.3 风格特征

通常, 旅游英语要朴素易懂, 清楚自然。与文学创作相比, 旅游英语倾向于用简单的语言描述、记录具体材料和事实。例如:

On the road leading from central Europe to Adriatic coast lies a small Slovenian town of Postojna. Its subterranean world holds some of Europe's most magnificent underground galleries. Time loses all meanings in the formation of these underground wonders. The dripstone-stalactites, columns, pillars and translucent curtains, conjure up unforgettable images...

这段话介绍斯洛文尼亚的 Postojna Cave。在欧洲, Postojna Cave 因为拥有悬石岩的壮丽景观而著名, 作者描述简单, 无任何夸张。

1.4 文化特征

文化需要通过语言传播。旅游英语的文化特点在介绍中国旅游景点的材料中体现得特别明显。当前, 很多国外游客到我国旅游的目的就是为了体验中国文化。我国旅游机构抽样调查显示, 26%的外国游客来中国旅游的目的在于欣赏历史古迹, 56%的游客是为了体验异域文

化中的生活方式和乡土人情。

中国传统文化中的一些历史事件常常浓缩为经典成语。对导游和译员来说,只有对历史典故深刻理解和认识,才能给游客准确地表述出来,让游客真正体验文化和历史的深邃。

2 旅游英语翻译的理论依据与策略

旅游作为一种跨文化交流行为,蕴涵着丰富的文化因子。在翻译实践中,译员必须研究旅游英语的语言特点,考虑文化因素和文体因素,不断积累中文和英文的语言文化知识,将翻译技巧与跨文化意识结合起来。

下面,进一步探讨旅游英语翻译路径选择的理论依据与具体翻译策略。翻译目的论可以为旅游英语翻译提供有力的理据。

目的论(skopos theory)认为,翻译应该遵循的最重要的规则是“目的法则”,翻译行为的目的决定整个翻译行为的过程。换言之,翻译功能注重的不是译文与原文是否对等,而是强调译文应该在分析原文的基础上,以译文预期功能的实现为目的。这与传统的“等值观”有很大不同。根据译文的目的和译入语文化标准,原文中某些成分可以保留,也可以增补、删减、改写,但要视翻译的目的而定。

为此,我们可以采用以下翻译路径,即运用“增词法、注释法、专有名词翻译法”等具体的翻译策略,注意翻译手段的变通,注重中西文化对接,以期在国际旅游活动中达到有效而充分的跨文化交际目的。

2.1 增词法和注释法的适当运用

2.1.1 增词法

旅游资料的特点是实用性强。翻译旅游资料要求有针对性,要符合资料中所介绍的实际情况。然而,由于旅游资料的独有特点,有时需要在忠于原文思想内容的基础上加以适当的增添。这在翻译学中,称之为增词法。

在这里,增词法是指在翻译的时候,为了翻译更容易被外国游客了解,适当增加一些相关的背景知识或者信息。例如:

路的左边有一巨石,石上原有苏东坡手书“云外流春”四个大字。

To its left is another rock formerly engraved with four big Chinese characters Yun Wai Liu Chun (Beyond clouds flows spring) written by Su Dongpo (1037 - 1101), the most versatile poet of Northern Song Dynasty (960 - 1127).

与汉语文本相比较,上述翻译就使用了增词法。增加了有关附加信息,包括著名诗人苏东坡的有关信息,而且还对“云外流春”的含义进行了解释。

在旅游英语翻译中,增词法运用得较为广泛,尤其是中国的风景名胜蕴涵着许多“民族传统文化”的东西,这

在中国可能妇孺皆知,但对外国游客来说,并非如此,如果直接翻译,游客可能不知所云(司显柱 1999: 83 - 84)。

2.1.2 注释法

注释法是指在旅游材料中对使用的某些词或者习惯用语进行解释或者注释。从某种意义上来说,注释法是增词法的一种表现形式,只不过不是针对文化背景资料而言的,而是对文中的词语进行同义解释。1983年英文版《中国妇女》(Women of China)第10期中的一篇文章把“五讲四美三热爱”活动简单地译为 Five-Four-Three Movement,而又没有加注释性说明。初看上去,显得很简洁、对应,但外国人很难理解“五四三运动”的真正意义。遇到这类情况,还是应增添必要的注释性说明。例如:

在端午节那天,人们都要吃粽子。

During the Dragon Boat Festival (which falls on the fifth day of the lunar month in May), it is a common practice to eat Zongzi, which is a rice pudding wrapped up with weed leaves

在这里,为了说明端午节,译文中对“端午节”和“粽子”作了注释性的说明。

只有充分和恰当地运用一些翻译方法,游客才能获得真实的旅游信息,否则游客怎么也无法知道其深刻的内涵和文化意义。

2.2 注重对有关名称的翻译

好的旅游英语翻译不仅是在源语和目标语之间形成语法、结构和意义的对等,而且更加注重内涵的对等,也就是不仅“形似”,更要“神似”。在旅游英语翻译中,常常涉及到对人名、地名的翻译,如何进行名称翻译则是一个较为困难的问题。

2.2.1 中国地名的翻译

游客目的地或者旅游胜地的名称是旅游资料传达的首要的信息。在旅游英语翻译中,必须予以高度重视。但是地名翻译方法如此特别,以致于进行翻译时,一般翻译原则和技能可能发挥不了作用。

根据1978年全国人大公布并经过联合国赞同的官方文献,在国际事务中,可以用汉语拼音拼写中国地名。地名包括两个部分:专有名称,比如北京、河南等;通用名称,比如省、市、江、河、湖、海等。当专有名称超过两个音节时,作为一个词用拼音译成英语,而通用名称则根据它的意思进行翻译。这两个部分都用字母来表示,如杭州市: Hangzhou City, 浙江省: Zhejiang Province等。

2.2.2 旅游风景点名称的翻译

旅游景点的翻译虽没有统一的规定,但是如果旅游点名称属专有,则最好照顾音节和外国人的习惯读法,把“湖”、“山”、“园”等也同音译出。如 Qiantang River 又如,“尧山”最好译为 the Yaoshan Mountain 译名最好在一个地区是统一的,以避免误解。

另外,旅游景点名称的比较可取的译法通常采用音译与意译相结合的方式,如“象鼻山”既可用汉语拼音译为 Xiangbishan,也可意译为 the Elephant-Trunk Hill,可作两种处理,一是汉语拼音名称用斜体,意译名放在括弧里,即 *Xiangbishan* (the Elephant-Trunk Hill);另一种就是在音译与意译名之间加一个 or,如 Xiangbishan or the Elephant-Trunk Hill,“伏波山”可译为 Fuboshan Hill or the Whirlpool Hill,而“芦笛岩”可译为 Ludi Cave or the Reed Flute Cave 作这样处理,相信外国人不但不会产生误解,而且会有助于他们对景点的了解和提高他们的兴趣。

2.3 注意适当变通

汉语描写景色的词汇丰富,多用对偶、排比,翻译起来很困难,多采用意译。勉强逐字逐句照译,可能反而伤害原义。如“移步换位”(a different view with every step)不宜对号入座译为 take a step and the scenery will change,“曲境通幽”译为 a winding path leading to a secluded便可,形容商品的“琳琅满目”a superb collection of beautiful things当然可以,但也可以缩译为 a wide choice 总之,要考虑中外文化差异,要依据情况意译,尽可能让外国人理解。

有些汉语文字十分华丽,但可能文字重复,辞藻堆砌,我们不能字字照翻,应该变通处理。

2.4 注意旅游英语翻译与本土文化的对接

旅游英语具有文化特征。尤其是中国传统文化当中,一些历史事件被浓缩为经典的成语为后人所传扬,这更是蕴涵着文化因素。对导游和译员来说,只有基于对历史典故的深刻理解和认识,才能够清晰准确地向游客表述出来,让游客真正体验中国文化和历史的深邃。

2.4.1 注重对历史典故的理解和翻译

对外国游客而言,在文化旅游中最有吸引力的是感触和体验异域的不同历史文化和风土民情,而这又是旅游翻译中的精髓所在。如苏州的寒山寺建于我国古代梁朝,毁于太平天国运动时期,现在的寺庙是在清朝后期重建的。“寒山寺”名称的由来早在我国的唐朝,用一位叫“寒山”的和尚(曾住在这里)的名字来命名的,这座寺庙后来因为《枫桥夜泊》这首诗而扬名天下。但有些导游把寒山寺(Hanshan Temple)按字面意义译为 Gold Mountain Temple or the Bleak Mountain,就是没有了解寺庙的由来和它本身的历史意义而造成的误译。

2.4.2 注重对民俗风情的理解和翻译

许多外国游客在旅游中常常会对中国的一些民俗风情情有独钟。比如我国的中秋节(Mid-AutumDay)和端午

节(Double-fifth Day),外国游客会称之为 Moon-cake Festival和 Dragon-Boat Festival,因为他们看到我们中秋吃月饼,端午进行龙舟大赛。这两个节日是最能体现中国人民传统民俗民风的节日,而且又有深厚的历史渊源。所以译员在把这两个节日翻译给游人听时,一定要增加其中深厚的文化历史意义,才会使游客真正理解这些代表中国传统文化内涵的节日。

3 结束语

运用目的论翻译理论,在充分了解旅游英语的功能和语言特点的基础上,注意运用恰当的翻译方法,才会在国际旅游活动中达到充分有效的交际目的。另外,我们也注意到,旅游英语翻译是一个再加工、再创作的过程,不能套用某一种固定模式。要想作到尽善尽美地翻译,需要多进行旅游文化调查和典籍阅读。

参考文献

- 曹玲娟 焦爱梅. 谈中西文化差异与旅游资料翻译[J]. 苏州科技学院学报, 2004(5).
- 冯伟年. 最新汉英翻译实例评析[M]. 西安:世界图书出版西安公司, 2005(9).
- 高照明 赵建峡. 河南景区景点现场导游英语[M]. 郑州:郑州大学出版社, 2003(1).
- 湖南省旅游局. 湖南导游词精选[M]. 长沙:湖南科学技术出版社, 2003.
- 贾文波. 旅游翻译不可忽视民族审美差异[J]. 上海科技翻译, 2003(1).
- 李蕾蕾. 旅游点形象定位初探[J]. 旅游学刊, 1995(10).
- 廖七一. 文化观念与翻译[M]. 北京:中国对外翻译出版公司, 2000.
- 潘洞庭. 文化意识与外语教学[J]. 外语学刊, 2007(6).
- 司显柱. 论英汉民族思维模式、语言结构及其翻译[J]. 外语学刊, 1999(2).
- 熊力游. 旅游广告文汉译英方法探讨[J]. 中国科技翻译, 2004.
- 张宁. 旅游资料翻译中的文化思考[J]. 中国翻译, 2000(5).
- 朱歧新. 英语导游必读[M]. 北京:中国旅游出版社, 2005(1).

收稿日期: 2007 - 12 - 23

【责任编辑 李洪儒】