

高等学校翻译硕士专业学位 (MTI) 系列教材

丛书主编 刘军平

MTI

旅游英汉比较与翻译

■ 主编 杨贤玉 乔传代 杨荣广



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

高等学校翻译硕士专业学位 (MTI) 系列教材

丛书主编 刘军平

旅游英汉比较与翻译

主 编 杨贤玉 乔传代 杨荣广

副主编 翟全伟 孙 媛

参 编 杨贤玉 乔传代 杨荣广 翟全伟 孙 媛
苏子波 李 铮 杨 成 宋仕鹏



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

旅游英汉比较与翻译/杨贤玉, 乔传代, 杨荣广主编. —武汉: 武汉大学出版社, 2014. 6

高等学校翻译硕士专业学位(MTI)系列教材

ISBN 978-7-307-12994-8

I. 旅… II. ①杨… ②乔… ③杨… III. 旅游—英语—翻译—研究生—教材 IV. H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 062112 号



责任编辑: 罗晓华

责任校对: 鄢春梅

版式设计: 马佳

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷: 湖北省京山德兴印务有限公司

开本: 787 × 1092 1/16 印张: 15.75 字数: 366 千字 插页: 1

版次: 2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-12994-8 定价: 30.00 元

版权所有, 不得翻印; 凡购我社的图书, 如有质量问题, 请与当地图书销售部门联系调换。

高等学校翻译硕士专业学位(MTI)系列教材专家委员会

柴明颀 郭著章 罗选民 穆 雷

平 洪 屠国元 谢天振

高等学校翻译硕士专业学位(MTI)系列教材委员会名单

丛书主编 刘军平

丛书编委会名单 (按姓氏音序排列)

曹 曼 陈秋劲 董元兴 方 兴

胡孝申 胡 玲 黄 莉 李 纯

刘军平 刘晓华 雷万忠 马 萧

覃江华 王森林 汪 涛 许明武

肖水来 熊 伟 余承法 余健明

张立玉 左广明

总 序

古往今来，历史上大的翻译活动的勃兴总是与波澜壮阔的经济繁荣或文化复兴息息相关，或者说影响巨大的翻译活动总是伴随着文化复兴。古罗马文化的崛起以翻译古希腊作品为先导，拉丁文《圣经》文本的翻译与中世纪基督教文化的传播相生相伴，阿拉伯“百年翻译运动”见证了阿拔斯王朝对异域文化的吸收，文艺复兴时期的翻译活动与文学文化创新交相辉映，达到了前所未有的广度和高度。近代翻译家严复的译介开启了现代的启蒙，成为新文化运动的前肇。20 世纪 50 年代以后，翻译扮演着越来越重要的作用，其职业化的特点越来越明显。自改革开放以来，中国社会面貌发生了翻天覆地的变化，不仅创造了举世瞩目的经济奇迹，而且文化软实力显著增强，翻译活动进入了史无前例的发展高潮。

21 世纪是翻译的世纪。进入新世纪，党的十七届六中全会提出，自觉把文化繁荣发展作为坚持发展是硬道理和落实科学发展观的一个基本要求，以培养高度的文化自觉和文化自信。历史和现实表明，一个民族的觉醒不仅取决于文化自觉的程度，在于是否对异国文化的清醒认识，以积极的态度对待“他者”文化，更在于是否能够大胆翻译介绍和吸收有利于我国文化建设的外国优秀成果，积极参与世界文化的对话与交流之中。近年来，我国的对外传播和文化翻译事业空前高涨，“文化软实力”、“向世界说明中国”、“走出去”战略、社科基金的中华学术外译项目，无不昭示着我们这个时代对翻译的需求和渴望。值得一提的是，以社科基金形式资助我国哲学社会科学研究的优秀成果，以译文形式在国外权威出版机构翻译出版，进入国外主流发行传播渠道后，增进了国外对当代中国以及中国传统文化的了解，推动了中外学术交流与对话，提高了中国哲学社会科学的繁荣和国际影响力，受到了世界的关注。这一切为翻译学科的发展提供了难得的机遇与挑战。

虽然我国的翻译事业突飞猛进、成绩斐然，翻译市场潜力巨大，但翻译人才匮乏。据近期统计，全国从事翻译的人员总数多达 60 万人，已有语言服务企业为 15 039 家。形成对比的是，全国国有企事业单位在职的翻译专业技术人员不足 2.6 万人，参加全国翻译专业资格（水平）考试并获得证书的人数不超过 2 万余人次。一方面是传统体制性的翻译人员在减少，另一方面是翻译的社会化越来越明显，翻译企业和翻译公司如雨后春笋般涌现。但是表面上的繁荣往往隐藏着巨大的危机。翻译从业人员水平高下不一，翻译质量参差不齐，翻译市场亟待规范，翻译质量“伤不起”，译者的素质亟待提高，这些都是亟需解决的种种问题。在这些问题当中，首当其冲的是翻译人才的培养问题。翻译社会化、翻译外包或语言服务行业的发展迫切需要各类人才，其中包括高层次翻译人才、翻译项目管理人才等。毫无疑问，高层次实用型人才的匮乏阻碍了我国从翻译大国迈向翻译强国的步

伐。在高端翻译人才的需求与供给之间,用人单位要求与高校人才培养模式之间出现了巨大的逆差。

为解决好社会对高端翻译人才的需求,从2006年起,教育部开始同意国内高校试办翻译本科专业,培养翻译专业人才。翻译从自古以来的一个“隐身”行当,成为一门越来越引起人们关注的“显学”。截至2011年,共有42所高校获批创办翻译本科专业。2007年,国务院学位委员会批准设置翻译硕士专业学位(MTI),以培养高层次、应用型、专业化的翻译人才。在短短的四年里,翻译硕士专业实现了“跨越式”的发展,目前获准试办翻译硕士专业的高校已达158所,翻译专业学位见证了里程碑式的发展。不仅如此,自2008年内地培养的第一批翻译学博士顺利毕业以来,更多的高校已获批外国语言文学一级学科博士点,并紧锣密鼓地招收翻译学博士。经过大家的努力,我国翻译学科得到了更进一步的发展,本、硕、博三级翻译人才培养体系基本设置完备。与此同时,翻译专业也成为各高校本科生和研究生热烈追捧的专业。

翻译硕士专业的设置顺应了国内经济文化发展的需要,恰逢其时。它一方面根据国外专业学位的特点,借鉴吸收了国际上高层次翻译专业人才的培养模式;另一方面,它结合我国翻译实践和翻译事业发展的具体情况,走探索具有中国特色的翻译专业学位建设的道路。总体来看,翻译硕士专业教育在培养目标、课程设置、教材建设方面,与培养研究型人才的学术型研究生教育不同,主要以培养适用型、高层次口笔译人才为主,既突出实践性和应用性,又要求其具备一定的理论知识和百科知识。随着我国社会经济的发展,各行各业对应用型为主的翻译人才的需要日趋迫切。尽快培养一大批既懂专业,又擅长于口笔译技巧的高质量人才,是各人才培养单位的使命。翻译专业学位教育不仅在师资上对教学梯队提出了很高的要求,即具有大量的翻译实践经验,也对现代化的教学条件,即软硬件环境,包括计算机辅助翻译(CAT, Computer Aided Translation)等提出了很高的要求。翻译技术和实习基地的建设等议题也亟待解决。更重要的是,在教材建设方面,凸显专业特色,打造翻译硕士专业品牌教材和品牌课程刻不容缓。

由于翻译学科设置的时间还比较短,教师、教材、教法等方面都还有待完善,做好师资培训,完善教材建设等基础性工作成为当前翻译界亟需解决的问题。近年来,国内各出版社已经引进了一系列海外翻译理论书目,它们为翻译专业人才的培养提供了不可多得的资源。但相关翻译理论和教学书籍如何适应本土教学的需要?结合中国语境和翻译人才培养的模式,我们的教材如何更具有中国特色?各个高校背景不同,师资条件、办学设施不一,如何办出MTI的特色?翻译专业教学与各种职业训练的教学应该具有什么样的鲜明特点?翻译专业学位的翻译教学与翻译本科,甚至学术型翻译教学的区别到底在哪里?翻译专业学位课程设置应该包括哪些内容?

带着以上问题,我们组织编写了这套“高等学校翻译硕士专业学位(MTI)系列教材”。经过充分论证后,编委会邀请了在全国有影响的翻译研究专家担任专家委员会成员,以指导本系列教材的编写。编写委员会还邀请了活跃在翻译专业教学第一线、具有多年口笔译经验的教师,共同参与编写这套教材。他们对翻译专业的历史现状和未来发展有着真切的把握。通过这些年对翻译专业学位学生的教学,编写者能更好地拿捏所编写的内容。

本系列教材的目的是为夯实翻译专业教学基础,强化口笔译技能,让学生尽快全面系

统地掌握翻译专业必备的知识。系列教材以英汉互译的技巧为基准,既涉及商务翻译、科技翻译、法律翻译、政经翻译,又涉及西方翻译理论原典的选读、文学翻译,既突出口译教学中的连续传译和同声传译,也强调笔译技能。同时,为了应对翻译硕士专业考试,还专门编写了《汉语写作与百科知识考试指南》。体现了编者对百科知识的理解和作为一名译者应该掌握的主要人文社会及科技知识范围。总体来说,本套“高等学校翻译硕士专业学位(MTI)系列教材”在突出系统性和应用性的前提下,强调以下理念:

1. 实践与理论并重。理论与实践、笔译与口译犹如“车之两轮,鸟之双翼”,互为支撑。本系列教材强调实践能力的培养,注重理论与实践相结合,不奢谈理论,也反对盲目实践。教材中既有实践性很强的经济、法律、科技翻译,也涵盖中外基本的口笔译理论。但实践性、应用性是统领整套教材的主要特点。

2. 技巧与实战衔接。本系列教材以技巧传授和训练为中心,以提高实战能力为目标。口译所选用的材料大多是实际翻译活动中的全真资料,题材广泛,内容多样。笔译教材的每个单元的练习材料与所讲授技巧密切结合。既注重学习的循序渐进,又注重学而时习之,讲练结合。通过本套教材的学习,学生可以逐步掌握翻译专业的技巧和内容。

3. 专业与通识并举。本系列教材在强调语言转换能力和工具运用能力的同时,也注重通识教育。这包括语言和文化常识、社会百科知识、跨文化交际能力与社交礼仪等。合格的高端翻译人才不仅要术业专精,而且要学识渊博、涉猎甚广。

4. 译才与译德兼修。本系列教材在强调翻译人才专业技能培养的同时,也重视职业道德修养的训练。翻译硕士的学术训练不仅包括翻译技能,而且应该培养具有职业伦理道德的人。译家之四长德、学、识、才,缺一不可。现代化的职业素养要求的是操行和专业兼备、敬业认真、信守承诺、译技娴熟、双语超群的人才。

这套教材的编写者都具有丰富的翻译实践和教学经验,所以自然而然地融入了很多自己对翻译的理解和做法,体现了编著者对新时期翻译学科的发展,翻译专业人才的培养,翻译教学、翻译教材编写的一些独特思考和尝试。诚然,这些尝试也需要在教学实践中得到进一步的检验和修正。因此,我们欢迎各位师生在使用本系列教材的过程中给我们一些反馈和提出一些宝贵的建议,以共同推进我国翻译学科不断向前发展。

在撰写完总序之时,我要感谢催生本套教材的编审谢群英女士,没有她创造性的理念和认真执著的精神,就不会有这套教材的诞生。此刻,正值2012年元旦的温馨时刻,窗外万家灯火,一片祥和夜色,不由得使人联想到王安石的“爆竹声中一岁除,春风送暖入屠苏,千门万户曈曈日,总把新桃换旧符”。在爆竹的响声中,旧的一年过去了。人们喝着过节的屠苏酒,在春风送暖的日子里,张开双臂迎接着新事物的来临。翻译专业何尝不是一种新生事物?“总把新桃换旧符”不正是对翻译的符际转换最好的表述吗?的确,翻译正好体现了符号与符号之间转换的精髓,在这种转换之间,我们迎来的是“苟日新,日日新,又日新”的变易(译)之道。

刘军平

2012年1月1日

前言

随着经济全球化的推进,各国间的文化交流日益频繁,我国的外交、政治、经济、文化、教育、科技等各个领域的对外交往也不断扩大。随着对外文化交流的增加,我国的翻译事业出现了前所未有的繁荣景象,市场对翻译人才,尤其是应用型翻译人才的需求也日益增长。针对这一状况,许多高校开始改革当前传统的、单一的英语人才培养方式,转而致力于专门用途英语(ESP)人才的培养。旅游英语、商务英语、法律英语和科技英语等都成为重要的 ESP 课程。但是此类课程的开设大多局限于非英语专业。唯有在英语专业学生中开设相关的专门用途英语课程才能促进英语专业人才培养向应用型、复合型人才模式的转变。培养模式的转变需要相关的政策支持以及配套教材的开发。《旅游英汉比较与翻译》就是基于此目的而编撰的。本书从英、汉语言特点入手,系统全面地介绍了旅游英、汉语言的翻译原则、翻译策略、翻译方法和不同旅游文体的翻译技巧。

本书分为三个部分,上篇是基础知识部分,从宏观上阐述了旅游翻译的定义与功能、分类与标准以及旅游文本的特点和跨文化旅游翻译的策略和方法;中篇是翻译技巧部分,系统地介绍了旅游翻译常用的技巧,并对旅游翻译中出现的特殊语言现象进行了全面的指导,同时对不同旅游应用文体的翻译也细致地进行了分析与指导;下篇是翻译实践部分,对不同类型的自然和人文旅游景点的翻译进行了全面的论述。本书是一部非常实用的旅游翻译论著,从内容到形式都别具一格,其特点主要体现在以下几个方面:

(1)内容系统全面。上篇阐述了旅游翻译的定义与功能、分类与标准以及旅游文本的特点和跨文化旅游翻译的策略和方法;中篇系统地介绍了旅游翻译常用的技巧,并分章讲解了特殊语言现象的翻译技巧和旅游应用文体的翻译,下篇从自然和人文两个方面系统介绍了各类旅游资源的翻译技巧。

(2)选材新颖权威。本书所引用的观点和实例均来自国内外最新论著和核心期刊论文,编者都有旅游和翻译的双重学术背景和相关教学经验,以保证该书的准确性和权威性。

(3)观点独特鲜明。本书从旅游文体的特点入手,注重文化语境在旅游文本翻译中的作用,通过对旅游话语的语境分析,实现旅游中英文文本的最佳视点转换,从而达到最佳的译文质量。同时注重最新翻译理论在本书中的应用,如语用翻译学等。

本书将英、汉两种语言对比及翻译技巧同旅游文本的特点有效结合。既有较强的理论性,也重视应用性;既可以作为翻译研究者和翻译自学者的参考用书,也可以作为旅游和翻译专业的本科生和研究生教材。



由于全书既有英汉对比理论基础知识的讲解，又有大量的旅游文本翻译实务的例证和解释，因而编写难度较大。幸运的是，编者在本书编写过程中得到许多关心和支持。除主编以外，参加本书编写的还有翟全伟、孙媛、苏子波、李铮、杨成、宋仕鹏等。另外，湖北汽车工业学院对本书的编写给予了极大的关心和帮助，这里一并表示感谢！

由于编者水平有限，经验不足，加之时间仓促，书中错误和缺点在所难免。希望阅读本书的广大读者不吝指正。

编 者

2014 年 2 月

上 篇 基础知识	▶ 第一章 旅游翻译概述	3
	第一节 旅游翻译的定义与功能	/ 3
	第二节 旅游翻译的分类与标准	/ 4
	第三节 旅游翻译的准备与过程	/ 7
	第四节 旅游翻译的地位与角色	/ 11
	▶ 第二章 英汉语言对比	13
	第一节 英汉语言的相同之处	/ 13
	第二节 英汉语言的不同之处	/ 16
	第三节 汉语旅游文本的特点	/ 23
	第四节 英语旅游文本的特点	/ 26
	▶ 第三章 文化语境与旅游翻译	32
	第一节 语境在旅游文本中的作用	/ 32
	第二节 旅游话语的语境分析	/ 33
	第三节 旅游英汉翻译中的视角转换	/ 38
	▶ 第四章 旅游翻译的策略与方法	45
	第一节 旅游翻译的归化策略	/ 45
	第二节 旅游翻译的异化策略	/ 50
	第三节 旅游翻译的直译方法	/ 53
	第四节 旅游翻译的意译方法	/ 56

第五节 旅游翻译的音译方法 / 60

中篇
翻译技巧

第五章 旅游翻译的常用技巧——69

- 第一节 遣词译法 / 70
- 第二节 转换译法 / 72
- 第三节 增词译法 / 73
- 第四节 重复译法 / 76
- 第五节 省略译法 / 76
- 第六节 正反译法 / 78
- 第七节 拆分译法 / 79
- 第八节 合并译法 / 81
- 第九节 换序译法 / 82
- 第十节 重构译法 / 82

第六章 特殊语言现象的翻译技巧——86

- 第一节 旅游文本中民俗的翻译 / 86
- 第二节 旅游文本中典故的翻译 / 88
- 第三节 旅游文本中诗词的翻译 / 90
- 第四节 旅游文本中成语的翻译 / 93
- 第五节 旅游景点名称的翻译 / 94
- 第六节 旅游文本中颜色词的翻译 / 96
- 第七节 旅游文本中四字格的翻译 / 100

第七章 旅游应用文体的翻译技巧——104

- 第一节 旅游景点解说词的翻译 / 104
- 第二节 旅游景点公示语的翻译 / 108
- 第三节 旅游宣传广告语的翻译 / 114
- 第四节 旅游景点导游图的翻译 / 121

下篇
翻译实践

第八章 自然景观的翻译——133

- 第一节 地文景观的翻译 / 133
- 第二节 水域风光的翻译 / 140
- 第三节 生物景观的翻译 / 149

第四节 自然景观英译汉赏析 / 151

► 第九章 人文景观的翻译——161

第一节 民族文化景观 / 161

第二节 宗教文化资源 / 167

第三节 历史文物古迹 / 172

第四节 旅游热点城市 / 177

► 参 考 答 案——191

► 附录一 中国世界遗产名录——214

► 附录二 世界著名旅游景点(英汉对照)——218

► 参考文献——234

上 篇

基础知识

第一章

旅游翻译概述

经济全球化的发展促使国家之间以及地区之间的物质文化交流愈来愈频繁，同时也带来了全球旅游业的大发展。旅游业具有带动并促进众多行业发展的特殊功能和作用，承担着建立跨文化沟通和理解的历史使命。国际旅游促销或旅游信息服务都离不开翻译。由于其特殊性、多样性及复杂性，旅游翻译仍不为大多数翻译工作者所熟悉和掌握。所以开展旅游翻译研究具有现实意义和特殊的学术意义。

从理论上讲，旅游翻译属于应用翻译，是一种目的性很强的交际活动，应以实现交际功能为目的。然而，由于旅游业的复杂性，各种旅游文本的功能和目的也不尽相同。鉴于此，本章首先对旅游文本加以分类，概括旅游文本的功能，然后提出旅游翻译的标准和具体的操作过程。

第一节 旅游翻译的定义与功能

一、旅游翻译的定义

旅游翻译属于专业翻译和应用翻译的范畴。它是指对一切与旅游业相关的文字资料的翻译(方梦之, 2006)，是为旅游活动、旅游专业和行业服务的翻译实践行为。从宏观上看，旅游翻译是一种跨语言、跨社会、跨时空、跨文化、跨心理的交际活动(陈刚, 2009)。从翻译对象来看，它涉及了旅游景点介绍、旅游广告宣传、景点告示标牌、旅游网站或网页、民族风情画册、古诗楹联解说、旅游路线指示等多方面、多类型的文体形式。同其他类型的翻译相比，旅游翻译在跨文化、跨心理交际等特点上表现得更为直接、更为突出、更为典型也更为全面。

二、旅游翻译的功能

旅游翻译主要有两个功能：一是传递信息，二是诱导行动(方梦之, 2006)。旅游文本的主要目的就是要让普通游客能读懂、看懂并喜闻乐见，在获取相关的自然、地理、文化、风俗方面的知识的同时产生希望到此一游的想法。因此，一般而言，英语旅游文本大多风格简约，结构严谨而不复杂，行文用字简洁明了，表达直观通俗，注重信息的准确性和语言的实用性。同其他应用性文本的翻译一样，旅游翻译应以传递信息为主要目的，同时要注重信息的传递效果。为实现此目的和功能，旅游文本的翻译多以“归化”为导向，以目的语读者为中心。在旅游文本的翻译实践中，译者大多注重文本功能的传递和读者的

理解,运用适当的翻译手法对源语文本加以译述,做到言之有物、言之有理、言之有情、言之有趣。同时,还要充分考虑语言文化差异在旅游资料中的具体反映,避免盲目的归化,确保信息的准确传达。

第二节 旅游翻译的分类与标准

一、旅游翻译的分类

翻译是人类最复杂的行为(Lefevere, 2004)。不同的翻译理论研究者对曾经尝试过的翻译活动作出不同的分类。依据旅游翻译自身的特点,陈刚教授对这个“专业翻译”进行了以下分类:(1)翻译手段分类:导译,口译(视传、交传、同传),笔译,机器翻译;(2)语言和符号分类:语内翻译,语际翻译,符际翻译;(3)译出语/译出文本和译入语/译入文本分类:本族语—外族语,外族语—本族语;(4)翻译题材分类:专业翻译,一般性翻译,文学翻译;(5)翻译方式分类:全译,部分翻译(节译、摘译、阐译、改译、编译、参译、译述、综述/译、译写等);(6)旅游翻译者分类:机构翻译,旅行社职业翻译,自由翻译者;(7)工作区域(或业务范围)分类:地方导译,全程导译。

对于旅游翻译题材、体裁的分类,陈刚教授重点指出了导游翻译所涉及的导译内容与形式,并进行了深入浅出、理论联系实际的论述。从宏观层面来看旅游翻译的功能、方法、工作业态、文本类别,不难发现它们都是实际存在于旅游促销和信息服务的大系统中,共存互动,相辅相成。进入21世纪以来,旅游业促销和信息服务无不以整合营销传播理论为指导。整合营销传播是指对与企业进行市场营销有关的一切传播活动进行的一元化整合。整合营销传播一方面把广告、促销、公关、直销、包装、新闻、媒体等一切传播活动都涵盖于营销活动的范围之内,另一方面使企业能够将统一的传播资讯以整合的形式最有效地传达给目标消费群体或个人。其主旨是以通过企业与顾客的多渠道、多层面、多形式沟通满足顾客信息需求,确定企业统一的促销策略,协调使用各种不同的传播手段,发挥不同传播工具的优势,从而使企业实现促销宣传的低成本化,以高强冲击力形成促销高潮,实现企业促销和营销战术及战略目标。整合营销传播理论在旅游业中的应用不仅影响了“文本”内容、语言风格的选择,还使原本联系相对比较疏远的印刷和广电媒介为载体的文本内容与功能在企业营销大目标前提下相互支持、相互补充、协调一致,构成疏而不漏的立体传播网络体系。全球化语境下的旅游翻译在整合营销传播理论指导下关注的不再是个别语句、语篇,还高度关注实现旅游信息服务、共同的营销的大目标,关注不同功能的动态旅游信息和静态旅游信息系统,及其内部的各个语篇的功能和具体目的间接关联。构成旅游业的促销或信息服务系统动态信息和静态信息系统的主要内容包括:

(1)动态旅游信息(口译):导游、谈判、解说、咨询、导购、会议口译(交传、同传)、演出、人员推销、旅游顾问、乘务、电话、专题活动、形象代言、驾驶员等。

(2)静态旅游信息(笔译):导游图、交通图、旅游指南、景点介绍、画册、产品目录、活动宣传品、广告、新闻、菜单、招贴/海报、纪念品、交通工具、公示语、城市导向、商场导购、国情、音带、录像带、影片、幻灯片、网络、会展、节事/专题、电子邮

件、直邮、BBS、博客、手机短信、专栏专刊、杂志、电子导游、电子显示(屏)、光盘、游客中心等。

旅游信息服务系统内部类别的细分遵循了这样一个原则,即以服务对象——旅游者为核心。正是由于这个特定的消费群体的构成呈多元性,需求呈多样性,旅游信息的题材和体裁形式几乎包括了翻译实践者接触的绝大多数形式。翻译策略和方法的采用也就不会是某种,或某几种。动态旅游信息和静态旅游信息两大系统分支之间、各功能信息载体之间、各信息提供机构之间协调互补,构成旅游信息服务的宏观和微观网络体系,以满足不同文化背景、消费取向、消费阶段的旅游者日益增长的文化和信息需求。在旅游产业运作和经营过程中企业间、政府间、企业和政府间、行业间、国际组织间的交流都需要翻译人员前赴后继。既然“旅游”的内涵和外延有不断扩大的趋势,旅游翻译的实践领域也会越来越宽广。

二、旅游翻译的标准

现代人已经把翻译的标准概括为言简意赅的四个字:“忠实、通顺”。忠实指的是忠实于原文。译者必须准确而又完整地把原文的思想及内容表达出来,不可擅自增删或变意,要绝对尊重作者在叙述、说明和描写过程中所反映的思想、观点、立场及个人感情,决不可凭着个人好恶去肆意歪曲,要“保存着原作的丰姿”;通顺指的是译文的语言必须合乎规范、通俗易懂。译者应该使用大众化的现代语言,力求译文朴实、通畅、清新、生动。关于翻译的标准,两百年前英国的泰特勒曾提出过三项原则:其一是“应把原作的意义全部转移到译文上来”,其二是“译文必须具备原作的风格和文体”,其三是“译文应当与原作同样地流畅自如”。

美国的尤金·奈达(Eugene A. Nida)主张把翻译的重点放在译文读者的反应上,即把译文读者对译文的反应和原文读者对原文的反应作比较。他认为,“翻译的实质就是再现信息。”他主张,“衡量翻译质量的标准,不仅仅在于所译的词语能否被理解,句子是否合乎语法规则,而且还在于整个译文使读者产生什么样的反应”。根据奈达的理论,翻译的“绝对一致”是不可能的,那只是一种理想而已。奈达认为,译者在翻译时应当寻求“对等语”(equivalence),而不是“同一语”(identity)。他还要求译者去寻找“最贴近的对等语”。翻译大师朱光潜先生后来也说:“大部分文学作品虽然可翻译,译文也只能是原文的近似。绝对的‘信’只是一个理想,事实上很难做到。”

综上所述,“忠实”和“通顺”这两个标准是翻译理论界的共识。但是,由于旅游翻译具有信息性、诱导性和匿名性的特点,这就要求译者在翻译中更多地考虑如何使译文传递的信息便于读者理解和接受,如何最有效地实现译文预期的功能和目的,原文的形式和内容往往要服从于译文的需要,服从于文体的功能。因此,旅游翻译的标准应该是“忠实”和“通顺”。不过,这里的“忠实”不是忠实于原作的内容和风格,而是忠于原作的“文体功能”,忠于译文的预期目的;“通顺”指译文要使用易于被读者直接理解的语言,符合目的语的体裁规范。从这个意义上讲,旅游翻译注重的应是原文与译文之间信息内容和文体功能的对等,而不是语言形式上的对应。如:

例1: Ladies and Gentlemen, on your right you will see the exact spot where