

全国导游资格考试系列丛书

英语导游口试口译

朱华 编著

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

扫描二维码
获取听力文件

全国导游资格考试系列丛书

英语导游口试口译

Oral Test and Interpreting for English-speaking Guides

朱 华 编著

常州大学图书馆
藏书章



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

《英语导游口试口译》是北京理工大学出版社推出的《全国导游资格考试系列》丛书之一。本书紧扣国家旅游局最新颁布的《2016年全国导游人员资格考试大纲》精心撰写,力求最大限度地贴近国家旅游局导游人员资格统考对导游服务能力的要求,帮助广大考生顺利通过英语导游资格考试。

本书包含了全国导游资格考试中关于英语导游服务能力所规定的基本内容,如景点讲解、途中讲解、导游实务、导游应变能力、导游口译等,创译了近40个全国各地的旅游景点和途中讲解导游词;而用英语撰写的导游服务规范和导游应变能力知识乃全国首创。本书无论对高等院校的学生、考生,还是已经获得导游证的导游员都是一部重要的旅游著作。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

英语导游口试口译/朱华编著. —北京:北京理工大学出版社, 2016.12

ISBN 978-7-5682-3314-9

I. ①英… II. ①朱… III. ①导游—英语—口试 ②导游—英语—口译 IV. ①F590.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第297228号

出版发行/北京理工大学出版社有限责任公司

社 址/北京市海淀区中关村南大街5号

邮 编/100081

电 话/(010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址/http://www.bitpress.com.cn

经 销/全国各地新华书店

印 刷/定州市新华印刷有限公司

开 本/787毫米×1092毫米 1/16

印 张/13.75

字 数/334千字

版 次/2016年12月第1版 2016年12月第1次印刷

定 价/34.00元

责任编辑/武丽娟

文案编辑/龙 微

责任校对/王素新

责任印制/边心超

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

序一

从传统走向创新

——外语导游当自强

陈刚

国家特级导游、浙江大学教授

The tour guide makes or breaks the tour. 即“成也导游，败也导游”（注意上述对应画线部分的地道英文表达），正是对导游工作的特点及导游角色的重要性之客观准确描述。导游的质量是一个城市，甚至一个国家或地区软实力的真实体现，也是一个城市，甚至一个国家或地区旅游发展水平的有力证明。社会对导游的态度，反映了该社会的某种文明程度。

笔者参加了中国首届外语高级导游考试（1994/1995），其包括两大科目，笔试和口试。笔试是英文外语译写；口试包括（英语）口语和（英汉）口译。作为“重头戏”的口译，“拦截”了很多双语口笔译水平偏低的考生（甚至包括当时托福考六百多分的本人），因为当年的口试录音磁带，是送外交部评分的。从专业角度出发，导译是无法用其他考试形式（如英语导游讲解）所能（完全）替代的。

纵观全国或地方的外语导游业务大赛，只有背诵英语导游讲解词，却始终没有导译或旅游口译比赛项目或比赛环节。这样的考试和比赛只能培养单项传递信息的“传声筒导游”（主要靠个人机械背诵——其成功率的可预测性高），而非双向交流的“互动型导译”（主要考查导译员即席即时的交互式临场发挥——其成功率的可预测性低），而对后者的专业标准要高很多，因此，两者完全不可同日而语，更无法等量齐观。

看了朱教授新著书稿，其中有“合用、好用、管用”（笔者概括）的应用型翻译理论（如英国翻译实践家和理论家纽马克教授的文本分类及翻译法等）及其精当讲解，有精选的笔译、导译等案例及其分析，等等。必须强调指出的是：书中的很多译例和译文是有相当难度的，其难度在全国屈指可数。笔者认为这乃是培养优秀导译员/旅游笔译所应该必备的书本材料。

中国先辈说要“读万卷书，行万里路”，搞旅游的还应加“交万名友”，以扩大自己的眼界、胸襟及跨文化交际能力，厚积薄发，届时或者天才会爆发出来。所谓“Practice makes perfect”（熟能生巧）、“心有灵犀一点通”，都离不开各人的体悟。这也正是“师傅领进门，修行在各人”的意思。而有了朱教授这样的师傅及其著作、教材，相信大家会事半功倍。

序二

“巧”乃导译之高境界

——外语导游自我提升的方向

陈刚

国家特级导游、浙江大学教授

金秋十月是收获的季节。笔者的同仁好友朱华教授就收获颇丰，他正通过出版社编辑、出版独具导译主题综合性、完整性的“a trio of G-I subject books”，即迄今有关四川省外语导游/导译专职业教学、培训、考试、提升最为完整、涉及三大主题的“导译宝典”，我们不妨称之为“导译三合一”或“导译提升三合一”，可以英文言简意赅为“GI trio”。而笔者的一大收获，就是应邀为这套导译宝典分别作序，这也让笔者得到自我提升，从中受益良多。

写序虽是件很辛苦的事，也很难写得精彩，但我乐在其中。为本书作序的题目是：“巧”乃导译之高境界——外语导游自我提升的方向。其他两部新著序言的题目分别是“从传统走向创新——外语导游当自强”（《四川英语导游——翻译、创作与讲解》）和英文版“四川之旅与文化导译——漫谈四川CSI译介”（《四川旅游——景点、人文与地理》）。综上，这

“GI trio”所涉三大主题都正是为了最终提升外语导游的专业业务水平和综合素质，四川本地导游/导译员以及全国的导游/导译员读后均有百利而无一弊。所以，希望各位读者能够认真通读“GI trio”及其序言，并通过三篇序言更好地了解、熟悉、认知朱教授的新著及其本人。

欣闻成都刚被选为中国第十大古都^①。这对成都、对四川，乃至对四川全体导游/导译员可谓一大惊喜与巨大激励。尽管如

^①据2016年10月25日形成的《中国古都学会·成都共识》，详见各大主流媒体。

此,真正全面发展好四川暨成都的全域旅游才是硬道理。我们正好借本书出版之际,乘上成都第十大古都之“东风”,努力将导译工作向前推进,将导译水平提升至新的高度。

根据笔者长期的一线职业经历,坚信导译最终是实践出境界。根据笔者最近16年的教学科研经历,坚信出类拔萃的导译不仅要懂“术”,也同样要懂“道”。一句话,“巧”应成为我们导译员自我提升的方向。孟子强调干活之“巧”,但基础是规则。导译教学培训,首先要教“规则导译”,但不能不教“巧导译”。以为只要会背导译词/导游词,就会变“巧”,非也。朱华教授的这本《英语导游口试口译教程》,在引导导译员提升自我、实现自我的同时,可以发挥润物细无声的作用。

孟子曰:“梓匠轮舆能与人规矩,不能使人巧。”(出自《孟子·尽心章句下》,详见秦颖,1992:538)意为:能工巧匠能够教会别人规矩和法则,但不能够教会别人巧。梁启超在给儿子梁思成的信中特别指出:规矩不过是求巧的一种工具,然而终不能以此为教,以此为学、正以能巧之人,习熟规矩后,乃愈其巧耳。

从职业导译(professional guide-interpret/guide-interpreting)的视角和要求出发,“巧”已成为导译实践和导译教学的目标。换言之,导译实践和导译教学应从初级走向高级,从“规则”走向“巧”。

基于笔者的职业经历,笔者对导译之“巧”的解读是多维度、多层级的。

第一层级: **skillful + flexible**——熟能生巧,灵活机动,即practice makes perfect。

第二层级: **resourceful**——足智多谋,有法有道。

第三层级: **know-how**——expertise(expert skill or knowledge in a particular field)。

第四层级: **ingenious**——both inventive and resourceful。

第五层级: **creative**——包括imaginative, ingenious 和original的内涵。

第六层级,在此特地省略。

学会规矩和法则仅仅是及格线,要想达到翻译实践的(最)高境界(“境界”原指诗词创作之意境,源于王国维,1995),译者必须真正地“巧”起来。“读万卷书,行万里路”,还得“带数百团”“译百万字”“交万名友”。这跟朱教授“行游天下,写译人生”的境界是不谋而合的。

以下,我们紧紧围绕朱教授的人生感悟,看看如何做好“巧导译”,也就是本书前言所述的“将自己的旅游经历、人生感悟创译成为更多的优秀导游词;不管将来您是专职导游,还是业余导游,或仅仅是一个旅游爱好者,您都可以声情并茂地讲解自己创作的导游词,感动游客,感动自己,感动中国。”当然,本序的重点不在前两章那些有规则 and 标准要求的接待工作程序部分和导游考试程序化环节,而是在余下各章的导译核心部分。在这些章节中,我们不妨删繁就简,突出讨论专业教学训练的三大重点:简化、增益和研译。此乃本人经升华后的经验之谈。由于篇幅所限,以下所选案例均出自跟“天”有缘的两个“人间天堂”和一个“天府之国”。

(一) 简化(Simplification)

简化是将汉语中漂亮华丽的辞藻加以简化,以符合简明英语(plain English)的风格特色,符合导译语言“小词化”(small words)、“口语化”(colloquial)和“非正式化”

(less formal/informal)，甚至“随意化”(casual)的特点。

【案例一】

[ST1] 城内外遍布名胜古迹。寒山寺，诗韵钟声，脍炙人口；虎丘，千年古塔，巍然屹立；天平山，奇石嶙峋，枫林如锦；洞庭东山，湖光山色，花果连绵。（选自本书）

[TT1] The city abounds with fine scenery and historical interest. The popular Hanshan Temple, with its charming bell, has inspired many a poetic mind. On the Tiger Hill, a thousand-year-old pagoda stands in majesty. The Tianping Hill is featured by grotesque rock formations and red maple woods while luxuriant fruit-trees add to the natural beauty of East Dongting Hills and lakes around.（选自本书）

[TT2] The city and beyond feature various scenic and historical spots here and there.^[1] For example, Hanshan Temple attracts tourists with its chiming bell.^[2] The 1000-year-old Tiger Hill Pagoda stands atop.^[3] Tianping Hill is known for its odd-shaped rocks and red maple woods.^[4] The lake reflects East Dongting Hills with countless fruit trees.^[5]（笔者简化）

【简析】

1. 改译的用意就是训练导译员熟练掌握并灵活运用简明英语进行改写（rewriting）的能力。这不仅是基本功，也是不易达到、但必须努力达到的高境界或高目标。改写后的目标文本，既应忠实源语文本，又要适用于书面和/或口语表达。当然，书面体文字还可以分为多层次的，[TT1]就是其中一种。

2. 句[1]改用表“特色”之动词“feature”，外加状语“here and there”以示“处处”，配合“...and beyond”，模糊处理“城内外”之含义。译语读来流畅，且不可谓不忠实，或许是“佳译”。

3. 句[2]改用“attracts tourists with...”，还特地插入“For example”，这样更自然、真实、简约，且具针对性。

4. 句[3]的副词“atop”使译语风格更为简洁。

5. 句[4]采用“be known for...”这个导译常用句型，后边的介词宾语改用两组各为三个短音节的小词，读来朗朗上口，即使词汇量不大的高中生也熟悉这些表达法。

6. 句[5]改写后建构更简单，用词更通俗，结果更点题。

7. 上述5句的改写多少反映出关于导译境界的各种层级。

（二）增益（Amplification）

增益很常用，也很管用，主要是增加、补充必要的文化信息、语境信息、文字信息和背景信息，以便于跟海外旅游者有效并有益地交流。“增益”可以细分为文化增益（Cultural Amplification）、语境增益（Contextual Amplification）、词汇增益（Lexical Amplification）、背景增益（Background Amplification）等，也可以使用补偿（Compensation）这一思路、方法和技巧。“增益”和“补偿”既可用于旅游翻译，也可用于导译。

【案例二】

[解说1] 一种方法是现身说法，即用自己的亲身经历的事实为例证来讲解导游词。现身说法最易打动游客，容易被游客接受，而且平易近人，具有真实性。跟游客谈谈自己的亲身经历和感受，把游客当作自己的亲人，说说心里话，西方游客特别喜欢这种叙事方式。（选自本书）

[导游词1] Ladies and Gentlemen! Our coach is running across the No. 3 Bridge over the Tuojiang River. I am very excited now. Do you know why? Well, Neijiang is my hometown. I've escorted many tourists to the Shunan Bamboo Forest in Yibin, but I hardly stop in Neijiang to see my parents. Now I'm a little bit sentimental. Let me have a few words about my hometown as a Neijiang native, just to relieve my homesickness. (选自本书)

[导游词2] ... Our coach is crossing the No. 3 Bridge over the Tuojiang River or the Outer River. But the Inner River or Neijiang in Chinese is my hometown. Thanks to the Dujiangyan Irrigation Project, a World Cultural Heritage Site and the world's oldest and greatest non-dam irrigation system built 2, 200 years ago, the Inner River and the Outer River were divided into functionally for water irrigation and water diversion respectively. So, more than 2, 000 years ago the Inner River began to irrigate the fertile Chengdu Plain ... (笔者增益)

[解说2] 笔者以为:将“内江”做背景信息的增益,意义大,效果佳。“Neijiang”是汉语拼音,信息传递效果有限,若加以意译(Semantic Translation),则是很有历史文化意义的“增益”。一则,“内江”完全可意译(“江”可译成“river”或“canal”);二则,自然引出闻名海内外的都江堰;三则,点名内江(对成都平原所发挥)的灌溉功能;四则,在此之前,处理好“沱江”与“外江”之转译,以起连贯(cohesion 和coherence)的作用。(笔者增益)

(三) 研译 (Research-based Translation)

对任何层级的导译/导游员来说,研译都是必要且实用的。期望成为高级外语翻译/导游的从业者,应好好利用工作时间和业余时间,向海外游客学习,增加自己的“输入”和“吸收”(input + intake),因为研译才是最终达到“巧译”高境界的必经之路,也是(优秀)导译员的专业学术基本功。“旅游翻译最大的特色、最体现灵魂要求的规则可用一个字来概括,即‘巧’。”(详见陈刚,2014: 14)简而言之,“这是由旅游的诸多特性所决定的……这是因旅游是一项(跨)文化活动所决定的……这是对旅游业的‘灵魂’(涉外)导游/导译从业人员以及专职笔译人员工作‘style’的真实写照……这是对导译辞特色的最佳评点……”(同上,14-16)上述理由中,具体包含20种特性;16种以上的领域(domain);6种优秀导译辞要素;真实的旅游文本之融合性/杂合性体裁(hybrid genres);旅游话语是融合类/杂合类话语(hybrid discourse);既是应用翻译,又是文学翻译;旅游文本及其语言可用30个英文形容词来全方位描述,其中包括appealing, argumentative, aesthetic, colloquial, cultural, descriptive, educational, emotive, humorous, idiomatic, individual, literary, poetic, rhetorical, slangy, vivid等(同上,15-16)。

【案例三】~【案例六】^①

[ST3] When in China/Rome, do as the Romans/Chinese do.	
[ST4] 秦桧、王氏、张俊、万俟卨	
[ST5] 苏堤	
[ST6] Tourists find Suzhou's soul in its gardens.	
[TT3-1] 在中国/罗马,按罗马人/中国人的习惯行事。	[TT3-2] 入乡不随俗/入境不随俗。
[TT4-1] Qin Hui, Wang Shi, Zhang Jun, and Moqi Xie	[TT4-2] the Ancient “Gang of Four”
[TT5-1] the Su Causeway	[TT5-2] the Su Causeway / Lovers' Lane
[TT6-1] 旅游者发现苏州之魂在其园林。	[TT6-2] 苏州之魂,尽在园林。

①分别参见陈刚,2004/2009/2010/2014。

1. 背景：旅游语言之“背景特点”，正如阿戈尼所指出的：“The language of tourism is characterized by a peculiar variety, expressed at all linguistic levels, which is due to the distinctive lack of uniformity of an extended subject area such as tourism, whose borders with other disciplines such as geography, history, economics, marketing, etc., are less than clear-cut... it is extremely difficult to define the principles upon which the language of tourism can be considered as domain-specific discourse.”（Agorni, 2012；特别注意加底线的文字，尤其是双底线文字）翻译界以及涉外旅游业界对旅游翻译的认知多年来一直处于浅层次状态，把旅游误认为是一般的游山玩水。其实，对旅游真正有深度、有情怀的理解，一定涉及旅游目的地深层次的历史、文化、人文、民俗、市井、居民……因此，如果对“物”（风景名胜）和“人”（百姓及其行为规范）的认知与描绘没有“巧”的目标语语言，就极易让旅游者停留在浮光掠影式的肤浅认知阶段。

须知，本国读者要“读”懂本国这些景物所传递或折射出的历史文化信息，都须具备极大的信息处理能力，到最后还不一定能够正确解读，更何况要用外语对异国他乡的景色进行再编码及再解码。因此，旅游翻译的目标是让来自异域或拥有异语文化的旅游者了解、欣赏本国或当地文化，即使是“浅表层”的自然风光。

可用学术语言小结如下：

- ① 涉及处于边缘的跨学科、跨专业、跨行业的“跨界旅游”所使用的语言乃是一种特有的语体/文体，可以用任何一种的层级语言来表现，而无清晰的统一性。
- ② 何为“旅游语言”，极具定义之难事，难以明确定义其属于哪一领域的话语。
- ③ 了解抑或研究作为边缘学科的旅游，普通游客需具备多元化的认知基础，学者们则更应该从多重视角来研究旅游，起码它是一种人文现象（暂且不论专业）。

2. 原译：直译后的目标语信息非常令人费解，连本国人也许都莫名其“妙”。

- ① [TT3-1] “在中国/罗马，按照罗马人/中国人的习惯行事。”这样的译文很容易让人一头雾水。原话出自英国物理学家霍金。当年笔者作为地陪/导游接待了霍金教授。他通过电脑屏幕“说”出了“与众不同”的思路。经其临时变体，形成“谚语”，非常具有“巧思”，所以译成汉语也应还它一个类似谚语的“巧译”。笔者所给的译文，其实也可以用来描述部分中国游客在海外旅游的“不文明行为”——“入境不随俗”或“入乡不随俗”。
- ② 秦桧等四跪像是中国国家级文保单位岳飞墓的组成部分，古人将其作为千古罪人特地安放在岳墓前让人唾弃^①。这四罪人，对来自异国他乡的“老外”，用简单音译简直难以有助于解读这个历史事件。考虑到四罪人中秦桧的老婆王氏是唯一的女性，曾起类似江青的作用，于是将他们比喻成“老外”比较熟悉的“四人帮”，称之为“古代‘四人帮’”。这样的“巧喻”/“巧译”也是一种历史的巧合、语言的巧合，实际效果一直良好，也让笔者屡试不爽。

①根据历史学家研究表明，杀害岳飞的真正罪魁祸首是皇帝高宗，而非秦桧等人。

③用“the Su Causeway”译“苏堤”，无可厚非。然而，用单一的直译仅为“规矩之译”，属于“及格翻译”；要将译文升华，就必须“巧译”。笔者借用American idiom “lover's lane”描绘独具浪漫色彩的苏堤，使苏堤之“浪漫特色”跃然纸上。只有活泼、巧妙的旅游语言才能打动游客，宣传好世界文化景观遗产的西湖风光。

④“Tourists find Suzhou's soul in its gardens”来自《华尔街日报》推介苏州文章中的一句，其翻译之难度很容易因看似简单而被忽略，采用直译法也可谓情有可原。不过，笔者始终从“巧”出发，拿出“聪明之译”（clever version/ingenious version），一句简单的陈述句可以“化腐朽为神奇”，摇身一变，成为类似“上有天堂，下有苏杭”这样的名谚——“苏州之魂，尽在园林”。苏州园林，不仅是世界文化遗产，也是中国园林之首。所以，“巧思巧译”，名副其实。

综上所述，外语导译/导游员（包括全职/专职的和业余/自由职业者）要朝自我提升的方向前进，应该向“巧译”这个导译之高境界努力。导译的基础是笔译，口笔译的底线是懂规则和守规则，能够达到这一层级的译文，仅仅算是“及格”。孔夫子做人的境界是“随心所欲”而“不逾矩”（出自《论语·为政》，见秦颖，1992：73）。同理，这也是旅游翻译和导译员应努力达到的一种高层级的境界。按照孟子的哲学思想观，更高层级的境界应是“巧”。

朱华教授的新著，由浅入深，有俗有雅，有实践有理论，有经验有总结，从原则到灵活，从规范到“越矩”，这都体现了四川人敢于创新、善于创新的精神。在如此有含金量的新书的鼓舞下，我们的四川外语导游定会乐观奋斗，沿着自己的职业大道，向新的更高的境界与目标迈进！

参考文献

- [1] 陈刚. 旅游翻译[M]. 杭州：浙江大学出版社，2014.
- [2] 陈刚. 旅游英语与涉外导游[M]. 北京：中国对外翻译出版公司，2004.
- [3] 陈刚. 旅游英语导译教程[M]. 上海：上海外语教育出版社，2010.
- [4] 陈刚. 旅游英汉互译教程[M]. 上海：上海外语教育出版社，2009.
- [5] 秦颖. 四书(汉英对照)[M]. 长沙：湖南出版社，1992.
- [6] 王国维. 人间词话[M]. 上海：华东师范大学出版社，1995.
- [7] 王国维. 人间词[M]. 上海：华东师范大学出版社，1995.
- [8] Agorni, Mirelle. Tourism communication: the translator's responsibility in the translation of cultural difference [J]. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10 (4). Special Issue, 2012.

自序

行游天下，写译人生

朱华

四川师范大学教授

本人祖籍安徽潜山，生于四川成都、长于偏远小城雅安。

少时家境贫寒，家中排行老大，拾煤渣、担水、劈柴、洗衣、煮饭等重体力活全落在我的肩上。虽然生活贫困，但生性顽皮，时常上山捕蝉，下河捕鱼，林中捕鸟，游玩于山水之间。

“文化大革命”中受“革命样板戏”的影响，学会拉京胡，出演京剧《智取威虎山》参谋长少剑波，拿今天的话来说颇有“文艺范儿”。在那个红红火火的年代，我既开过520型机床，当过翻砂工，也在周公山放过羊，在天全县当过“赤脚医生”，至今还会针灸、打吊瓶。高中毕业后响应祖国召唤，我上山下乡到荣经县石家大队，当了农民，常在煤油灯下熟读《红楼梦》《三国演义》等名著。日子过得很艰难，天天“劳其筋骨”，日日“饿其体肤”，夜夜“空乏其身”，但确有“动心忍性，增益其所不能”之功效，造就了一生“上下而求索”的精神。

改革开放以后，本人当年有幸以四川省“探花”考上华东师范大学。毕业后行游天下，游历欧洲、北美、非洲、中东、东南亚数十国，历任译员、首席翻译、翻译组长，主持大型翻译项目6个，多次担任部长级会议翻译、陪同翻译、导游翻译，实现了“行游天下”的梦想。其实，翻译是一个很好的职业，早在30年以前国人还没有大众出游（指出境游），本人就已经周游列国，“行游天下”了。在中国经济日益繁荣、综合国力不断强大的今天，相信“行游天下”对很多中国人来说

已经不是梦想，但是“行游天下”只是观光客的出行方式，对一个有理想、有抱负的中国人，应有更高的人生境界，那就是“写译人生”。

我是这样理解“写译”的。首先，作为学者和作家，不仅要作学术研究，出版著作，编写高水平的“国标”教材；还应当出版译著，特别是宣传、译介中国人文、历史、地理和文化的著作，这是大国知识分子神圣的历史使命，也是中国文化人个人的担当。其次，“写译”也是一个人人生历程的演绎。当您出版一部、甚至多部著作、译著以后，您的人生必然又达到了新的境界、新的高度，颇有“会当凌绝顶，一览众山小”的感觉。当然，若没有“劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身”的经历，没有“行游天下”的阅历，恐怕也难有“写译人生”的辉煌和荣耀。

本人的学术研究横跨两个专业领域，属于“杂家”一类，系四川师范大学外国语学院和历史文化与旅游学院教授，带旅游管理和翻译专业硕士的研究生，对旅游学和翻译学都感兴趣，出版过中文旅游著作，也写过英文著作，主编国家级规划教材7部之多，发表学术论文数十篇，但唯感翻译最难，也最有乐趣。从事旅游研究和旅游翻译数载，虽偶尔也有神来之笔，但从未有翻译大家所说的“得意妄言”，“化境”之说更是相去甚远。只有夜半三更，字斟句酌，唯恐得罪了原作者，忌惮翻译理论家拍砖，更担心读者不满，爬完格子再睡回笼觉，已成“新常态”。

“读万卷书、行万里路”，这是历代中国文人的生活方式。“路漫漫其修远兮，吾将上下而求索”。“行游天下”，世上游的地方还很多；“写译人生”，那是生命嬗变的过程。译无止境，没有最好，只有更好。

是为序。

写于四川师范大学龙湖

前言

我国是世界最大的客源地和最大的旅游消费市场，出境旅游者和接待境外旅游者人次均超亿。据世界旅游组织预测，到2020年，中国将超过法国成为世界第一大旅游目的地国，成为入境、出境、消费排名第一的旅游大国。我国入境旅游和出境旅游的迅速发展也对我国旅游从业人员基本素质和外语交际能力提出了更高的要求。笔者根据自己在英国、美国、埃及、阿联酋、肯尼亚等国家游历的经历，以及长期担任导游资格考试评委、导游教学和培训的经验，撰写了《英语导游口试口译》一书。

笔者游历世界各地，行游天下、写译人生，无论是旧金山大巴的途中讲解，哈佛大学自然历史博物馆专题讲解，还是凡尔赛宫景点讲解，或是肯尼亚纳库鲁国家公园野生动物讲解，很少见到千篇一律的程式化导游词，唯有流利的英语、丰富的人文知识、个性化的讲解风格、娴熟的跨文化交际能力、热情好客的专业精神，深深地感染了八方游客。因此，笔者认为要培养高素质的英语导游，提高他们的听、说、读、写、译的基本能力，特别是创译能力仍然是当前我国英语导游素质教育不可或缺的重要内容。

“行游天下、写译人生”是每一个人的梦想，也是中国梦的一部分。作为一名导游，“行游天下”不是梦想，但要“写译人生”，还得行万里路，读万卷书，将自己的旅游经历、人生感悟创译成为更多的优秀导游词；不管将来您是专职导

游，还是业余导游，或仅仅是一个旅游爱好者，您都可以声情并茂地讲解自己创作的导游词，感动游客，感动自己，感动中国。愿《英语导游口试口译》陪伴您成长，实现人生的价值和梦想！

朱 华

四川师范大学龙湖湖畔

目录

第一章 导游应试准备..... 1

第一节 应试导游 1

第二节 心理准备 2

第二章 英语导游服务能力 4

第一节 导游实务 4

第二节 应变能力 5

第三节 服务能力要求 5

第三章 英语导游词创作 29

第一节 应试导游词 29

第二节 英汉导游词对比 30

第三节 翻译即写作 31

第四章 英语导游词创译..... 35

第一节 创译原则 35

第二节 文本特征 39

第三节 翻译策略 41

第四节 翻译技巧 42

第五节 案例研究 46

第五章 景点导游词创译 55

第一节 创译要点 55



第二节 案例分析	57
第三节 景点导游词	62

第六章 途中导游词创译

138

第一节 创译要点	138
第二节 案例分析	140

第七章 导游词讲解

149

第一节 讲解界域语	149
第二节 口语表达	151
第三节 讲解方法	153

第八章 英语导游口译

165

第一节 口译标准	165
第二节 口译训练	165
第三节 试题解析	167
第四节 口译实例	169

参考文献

202