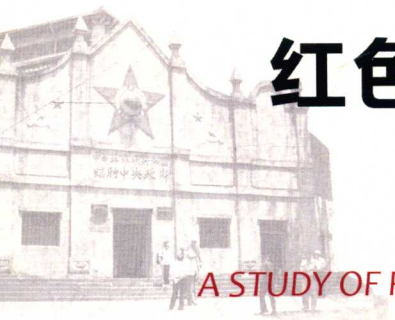




华东交通大学教材（专著）基金资助项目



# 红色旅游外宣资料 英译研究

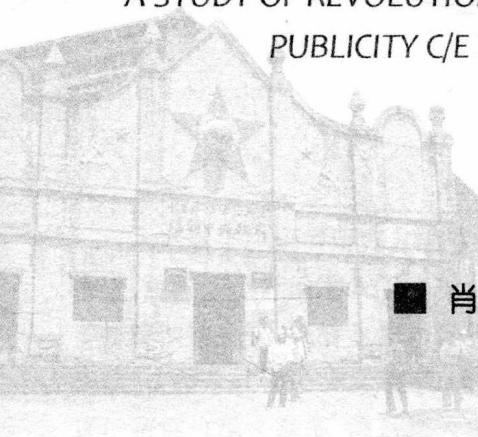
A STUDY OF REVOLUTION-ENRICHMENT TOURIST  
PUBLICITY C/E TRANSLATION

■ 肖群 著

江西人民出版社  
全国百佳出版社

# 红色旅游外宣资料 英译研究

A STUDY OF REVOLUTION-ENRICHMENT TOURIST  
PUBLICITY C/E TRANSLATION



肖群 著

全国百佳出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

红色旅游外宣资料英译研究 / 肖群著.

—南昌:江西人民出版社,2013.5

ISBN 978-7-210-05915-8

I.①红… II.①肖… III.①革命纪念地-宣传-资料-  
英语-翻译-研究 IV.①K878.23 ②H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 078937 号

书 名:红色旅游外宣资料英译研究

作 者:肖群 著

组稿编辑:徐明德

责任编辑:何 方

封面设计:游 珑

出 版:江西人民出版社

发 行:各地新华书店

地 址:江西省南昌市三经路 47 号附 1 号

编辑部电话:0791-86898965

发行部电话:0791-86898815

邮 编:330006

网 址:www.jxp-ph.com

E-mail: jxp-ph@tom.com web@jxp-ph.com

2013 年 5 月第 1 版 2013 年 5 月第 1 次印刷

开 本:880 毫米 × 1230 毫米 1/32

印 张:6.625

字 数:240 千

ISBN 978-7-210-05915-8

定 价:25.00 元

承 印 厂:江西茂源艺术印刷有限公司

赣版权登字-01-2013-93

版权所有 侵权必究

赣人版图书凡属印刷、装订错误,请随时向承印厂调换

# 摘要

---

本书属于应用型研究。随着经济全球化和文化全球化的不断推进,旅游业也开始进入了全球化时代。近年来中国旅游业实现了持续快速发展,旅游业作为国民经济新的增长点的地位已经被确认,在整个社会经济发展中的作用日益显现。近年来对旅游翻译的研究也越来越多,但是绝大多数研究都集中在一般旅游资料的英译问题和翻译方法。旅游资料的翻译研究还有很大的空间,可以从不同的视角、不同的方法,还可以挖掘新的素材。

在全国旅游业持续快速健康发展的今天,红色旅游成了一大亮点。红色旅游是指以革命纪念地、纪念物以及所承载的革命精神为内涵,以现代旅游为基本形式,组织接待旅游者参观游览、学习革命历史知识、接受革命传统教育和振奋精神、放松身心、增加阅历的旅游活动,是红色革命精神与现代旅游经济的结晶,是一种新型的旅游形式。

本书研究的文本选用红色旅游外宣资料。

至于研究视角,本书从功能主义翻译视角出发,首先对功能主义相关理论进行了阐述,作为本书的理论框架;然后对比分析了中英旅游资料的特色和风格以及红色旅游资料的特征;以功能主义翻译标准——合适作为衡量译文的标准,分析了红色旅游资料中存在的各种翻译失误;最后用功能主义分析方法,以井冈山景区为案例,对井冈山红色旅游资料的翻译现状以及一些切实可行的功能主义翻译方法和技巧展开了研究,具体问题如下:

(1) 在实用文体翻译中功能主义翻译方法是否优于其他方法?

(2) 红色旅游资料的文本类型、文本功能和翻译原则是什么?翻译纲要有何作用?

(3) 中英旅游资料各有哪些不同的特色和风格?红色旅游资料有哪些特殊性?

(4) 怎样评估翻译质量?红色旅游外宣资料译文中存在哪些翻译失误?

(5) 井冈山红色旅游资料的翻译现状如何?怎样用功能主义翻译方法解决井冈山红色旅游资料中存在的翻译问题?

本书的观点和结论是:

(1) 功能主义翻译理论强调翻译是一种多元主体的“交际互动”和“跨文化活动”,是动态的,从文化层面上拓宽了译者的视野,增强了译者实施翻译策略和手法的目的性、灵活性和多样性。实用文体翻译是一种以传递信息为主要目的、又注重信息传递效果的实用型翻译。在翻译过程中,译者大多会顾及译语文化规约和读者的期待,以译文的文体规范和读者期待作为翻译的准则,对原文形式常常要做较大的调整和修改,以确保实现此类文本提供

信息、感化受众的翻译目的。因此,在实用文体翻译中功能主义翻译方法应该优于其他方法。

(2)红色旅游外宣资料的体裁可以归属于功能翻译学派所界定的信息型加诱导型功能文本。其文本功能一是传递信息,二是诱导行动。红色旅游资料采用的翻译原则是功能主义翻译方法的目的法则和连贯法则。每一项翻译任务都附带有一个翻译纲要,以说明译文应发挥特定功能的环境。翻译纲要在翻译中起着很重要的作用。

(3)中英旅游资料各自有着不同的特征和风格。首先,汉英两种语言在词语搭配、句型结构、写作风格和文化内容上就存在差异;其次,中英旅游资料在功能分布和实现功能的方式上有很大区别。从中英旅游文本来看,两者的主要功能都是以信息功能为主,以诱导功能为辅。但是相对于英语旅游文本,在中文旅游文本中,描写和表情功能占了更大的比例,而在英语旅游文本里,信息、诱导和建议功能相对更多一些。尽管中英旅游文本都属于相同的文本类型,但是它们实现这些功能的方式却是大相径庭的。它们在信息的焦点、描写和实现诱导功能方面都有很大的差异。红色旅游资料作为旅游资料的一种,有着叙事性强、政治成分多和文化内涵丰富等特点。

(4)在讨论翻译的时候,翻译质量问题一直是首要问题。翻译标准一直是各有不同。红色旅游资料的翻译标准采用功能主义翻译的评估标准——合适。在这一衡量标准下,红色旅游资料的翻译中主要存在三方面的失误:语用失误、文化失误和语言失误。

(5)随着红色旅游的升温,井冈山红色旅游资料的翻译现状不容乐观,翻译失误普遍存在,这是一个亟待解决的问题。从功能主义角度出发,利用功能主义翻译方法和技巧,可以提高其翻译

质量。

本书从功能主义角度出发,对一系列有关旅游资料的英译问题进行了探讨。文本分析采用了全新的素材,首次研究了红色旅游资料的特点和翻译问题,有一定的创新和研究价值。但是对于一些如红色旅游资料英译的可行办法和参照性译文等问题的研究还不够深入。如何更好地翻译红色旅游资料,如何拿出统一的标准,如何确定标准的译文等方面还值得进一步研究。

# 目录

---

<b>1 绪论</b>	<b>1</b>
1.1 引言	1
1.2 研究背景	1
1.3 目的、意义	4
1.4 方法、范畴	7
1.5 红色旅游的定义	8
1.6 本书结构	9
1.7 结语	10
1.8 本章小结	10
<b>2 文献综述及理论框架</b>	<b>11</b>
2.1 引言	11
2.2 文献综述	11
2.2.1 国外主要研究	12
2.2.2 国内主要研究	13
2.2.3 存在的问题	16
2.3 理论框架	17
2.3.1 相关理论	18
2.3.2 功能主义理论	28



2.4	结语	54
2.5	本章小结	54
3	红色旅游外宣资料英译的功能主义分析	56
3.1	引言	56
3.2	文本类型	56
3.3	文本功能	58
3.3.1	信息功能	58
3.3.2	诱导功能	59
3.4	翻译纲要的作用	60
3.5	翻译原则	64
3.5.1	目的法则	64
3.5.2	连贯法则	66
3.6	中英旅游外宣资料的特色及风格差异	70
3.6.1	英、汉语之间的语言差异	70
3.6.2	英、汉旅游资料的对比分析	79
3.6.3	红色旅游外宣资料的特色及风格	96
3.7	结语	107
3.8	本章小节	107
4	红色旅游外宣资料英译质量评估	108
4.1	引言	108
4.2	合适:功能主义翻译质量评估标准	109
4.3	翻译失误	112
4.3.1	翻译问题及翻译单位	112
4.3.2	失误定义及分类	115

---

4.3.3 语用失误	117
4.3.4 文化失误	124
4.3.5 语言失误	132
4.4 结语	141
4.5 本章小结	142
<b>5 功能主义视角下的红色旅游外宣资料英译对策</b>	<b>143</b>
5.1 引言	143
5.2 井冈山概况	143
5.3 翻译现状	145
5.4 旅游资料的功能主义分析	152
5.4.1 范畴	153
5.4.2 市场作用	153
5.4.3 特点	153
5.4.4 翻译纲要	154
5.4.5 功能主义翻译的主要因素	155
5.5 功能主义翻译策略及方法	159
5.5.1 翻译策略	159
5.5.2 翻译方法	160
5.6 结语	183
5.7 本章小结	183
<b>6 结论</b>	<b>184</b>
<b>参考文献</b>	<b>187</b>
<b>后记</b>	<b>197</b>

---

## 图表目录

图表 1: 翻译方法	26
图表 2: 语义翻译与交际翻译比较	27
图表 3: 文本类型的功能特点及其与翻译方法的联系	31
图表 4: 莱思的文本类型与文本种类	33
图表 5: 文献型翻译	49
图表 6: 工具型翻译	51
图表 7: 文本特点与翻译方法	69
图表 8: 英、汉旅游资料的对比分析	95

# 1

## 绪论

### 1.1 引言

本章将对本书的研究背景、目的及意义、方法及范畴以及本书的结构进行阐述。

### 1.2 研究背景

随着经济全球化和文化全球化的不断推进,旅游业也开始进入了全球化时代。近年来中国旅游业实现了持续快速发展。作为国民经济新的增长点,旅游业在整个社会经济发展中的作用日益显现。目前中国已经成为世界第四大入境旅游接待国,亚洲第一大出境旅游国,从2002年—2007年过境旅游人数从3680万人次

增长到 5360 万人次,年均增长 7.8%,高于全球平均增长率 3 个百分点(王志发:中国旅游业发展的现状与趋势,soho.com 20/11/2007)。据联合国世界旅游组织预测,到 2015 年中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。旅游总收入从 5566 亿元将增长到 1 万亿元,年均增长 12.4%。

随着我国旅游业的开放发展,对投资需求将进一步扩大,预计十一五期间,我国将规划建设的旅游项目达到 1.3 万个,总投资 1.8 万亿元,年均增长 15%(王志发:中国旅游业发展的现状与趋势,soho.com 20/11/2007)。

旅游已经不再是人民头脑中简单的外出游玩,它已发展成为一种产业。旅游产业呈现出以下几个特征:①“民生”与“国计”相统一。2007 年入境旅游已达 1.25 亿人次,我国居民的国内旅游已超过 13.94 亿人次,旅游总收入 8935 亿元,直接从业人员近 1000 万人(顾洪彬:中国当前旅游业发展的概况 <http://www.ghzx.com.cn/default.aspx>,22/4/2008)。旅游业已成为事关亿万“民生”的大产业。可以说,一个旅游业不发达的城市,实现不了国际化、现代化和信息化;一个旅游业萧条的国家,也很难称得上政通人和、繁荣昌盛。②经济功能与社会功能并重。尽管旅游业的创汇创收数额日益提高,但经济功能已不再是压倒一切;而社会功能越来越显著和重要,它不再是过去的经济功能的附属品、派生品了。它不仅可以与经济功能并驾齐驱,而且在旅游业发达地区已超出了经济功能。③旅游活动与文化属性互为表里。文化是旅游的灵魂,旅游是文化的载体。旅游缺少文化没有魅力,文化缺少旅游没有活力。只有实现旅游与文化产业的紧密结合,才能更好地促进物质和精神双文明的发展。④多重概念与业态开放的特别属性。旅游是一个含有多重性的复杂概念。按照普通老百姓的理解,“旅游”

就是游览观光、度假休闲,显然这是狭隘的理解,是“小”旅游的概念;按照业内传统的和严谨的理解,旅游包括食、住、行、游、购、娱“六大要素”,这是“中”旅游的概念;如按照国际上通行的“旅游”定义,旅游是指“为了休闲、商务或其他目的,离开惯常居住环境,到某些地方并停留在那里”,这才是“大”旅游的概念,这比习惯性的理解宽泛得多,它不仅包括了参观、游览、度假、休闲、疗养、探亲、差旅等活动,而且 also 包括了经济、科技、文化、教育、宗教等活动,还包括了正在陆续出现的各种新兴旅游业态。因此,发展旅游绝不仅是利用山水风光、文物古迹、民族风情,而是一个无限广阔的发展空间。(顾洪彬:中国当前旅游业发展的概况 <http://www.ghzx.com.cn/default.aspx,22/4/2008>)

在全国旅游业持续快速健康发展的今天,红色旅游成了一大亮点,是红色革命精神与现代旅游经济的结晶。随着红色旅游景区景点和纪念场馆建设水平的提高、功能的完善,大大地吸引了人民群众的广泛参与,实现了寓教于乐、寓教于游。据国家旅游部门调查,参加红色旅游的游客几乎涵盖了全社会各个年龄层次和职业群体。更值得一提的是,入境参加红色旅游的游客人数不断增多,许多外国和港澳台的游客对中国革命历史很感兴趣,因此许多旅行社也把红色景区景点纳入了入境旅游线路。据江西省旅游局统计,2007年入境游客参加红色旅游的人数达177.8万人次,同比增长32.5%,增幅高于国内游客15个百分点。许多外国游客对“伟人踪迹”“长征壮举”“经典战役”等红色景区景点及历史事件表现出浓厚的兴趣,很多人参观后感叹“很惊奇、很震撼”,“中国的红色文化很有魅力”。特别是中国的“红色旅游热”引起了国外一些媒体和研究机构的关注。《亚太旅游协会指南》专题报道了中国红色旅游的发展情况。美国、加拿大、日本等外国学者纷纷对

中国发展红色旅游进行研究。红色旅游正以其特有的魅力吸引着大批国际旅游者的目光。自1999年江西省提出“红色旅游”概念以来,红色旅游在全省各地蓬勃开展,成为国内旅游的新亮点。

江西,是一块有着光辉历史的红土地。井冈山是中国革命的摇篮,红都瑞金孕育了共和国,人民军队在英雄城南昌诞生……近年来,拥有丰富独特红色旅游资源的江西声名鹊起,正在打造成为具有国际影响力的旅游品牌。据江西省旅游局统计,江西境内共有1258处革命旧址、旧居和战斗遗址。2005年江西省红色旅游景区共接待境内外游客1760万人次,综合总收入110亿元,占全省接待游客总量、旅游总收入的34%以上。2006年是全国红色旅游发展年和全国红色旅游启动年,许多外国游客对红色旅游的内容和意义很感兴趣,江西的红色文化和绿色山水吸引着大批海内外游客,据统计,专程来井冈山研究考察井冈山革命斗争史的外国军事家和军事科研人士等就多达两万人。

### 1.3 目的、意义

既然中国独特的自然风光和人文景观吸引着越来越多的海外游客前来观光旅游,而且许多外国游客也对红色旅游的内容和意义很感兴趣,红色旅游外宣资料汉英翻译的重要性也因此日益凸显。红色旅游资料的英译本现已成为外国游客了解红色旅游信息和中国红色文化的一个重要途径,其成功翻译对于宣传当地红色文化,深化发展旅游业都日臻重要。一般来说,旅游外宣资料都具有诱导功能和信息功能,沟通、传播是其特性。宣传要想达到预期效果,必须是传播者和受众之间的对话。恰当得体的译文不仅有助于开拓中国旅游业的国际市场,更能有效传播中国文化,增加民

族国家之间的了解,提升中国的国际形象。为了取得国际认可,提高公众形象,并最终增加经济效益,中国应该抓住时机把自己介绍给外国,让外国人认识和了解自己。正是在这种情况下,20世纪90年代中国迎来了第一次翻译活动,特别是外宣资料英译的繁荣阶段。外宣资料作为信息和文化的载体,在国际交流和理解中一直起着十分重要的作用,并且已经成为来自不同国家和文化的人们相互了解的桥梁。随着中国加入世界贸易组织和北京成功举办2008国际奥林匹克运动会,以及上海世界博览会的召开,必将有更多的外宣资料需要翻译成外文。

然而,旅游外宣资料翻译的现状却不容乐观。很多译文错误百出,逐词翻译、语言错误、中国式英语表达以及许多文化元素的不恰当翻译等等,不仅预期功能难以实现,有些翻译文件甚至会损害中国的对外形象。鉴于外宣资料的特点,其翻译也应有别于其他文体的翻译。然而我国对外宣资料翻译的理论研究远远不能满足社会需求;传统翻译理论强调的“信、达、雅”翻译原则和译文对原文“忠实”或与原文“等值”的翻译策略已无法适应外宣资料翻译的客观要求;对外宣资料英译的研究大多局限于具体词句翻译的层面上以及提供一些零星的翻译技巧,而对于其反映的深层次文化问题及相关的翻译策略并未得到足够重视。因此对外宣资料翻译的深入研究刻不容缓。

仔细回顾我国的翻译实践活动,我们可以发现大部分的翻译活动集中在对小说、诗歌、散文等文学作品的中译英翻译上,以及对广告、法律文件等的翻译。对于外宣资料的翻译研究,十年前在国内外主要期刊上也只有少数几篇文章发表。不难看出,这些文章的大部分作者都呼吁给予外宣资料翻译以更多的重视。他们一致认为,不恰当的译文已经阻碍了正常的交流甚至损害了中国的



国际形象。因此,对外宣资料翻译进行深入研究、探究翻译失误的原因以及提高译文质量有着极其重要的意义。然而,在这些有限的文章中,由于大部分作者就是外宣资料的译者,他们本人几乎没有接受过任何翻译理论学习与培训,而主要是依据自己的经验来进行翻译的,因此在他们的译文中普遍存在一个很严重的问题,即缺乏翻译的理论依据,译文多少有些肤浅。

翻译是以对等的目的语代替源语的过程。曾经被许多译者认为是衡量译文好坏标准的传统的对等概念,一直受到人们的质疑,直到20世纪80年代翻译的功能主义概念在德国产生。它的发展为翻译研究带来了生机。在《译有所为——功能翻译理论阐释》(*Translation as a Purposeful activity—Functionalist Approaches Explained*)一文中,德国翻译家克里丝汀·诺德(Christiane Nord)认为译者应该重视不同源语文本的不同目的和功能,并在译文中尽力实现这些目的和功能。功能主义翻译理论以目的论为核心,以文本类型理论、翻译行为理论和功能加忠诚理论为主要元素,其作用及实用性已经在诸如文学翻译和文学批评等领域得到了证实。此外,功能主义理论对口译译者的培训也是非常实用的。然而,就其运用于外宣资料的翻译而言,很少有此类书籍及文章。事实上,直到20世纪90年代中国学者才开始重视对外宣资料翻译的研究。因此,对此话题的全面研究越发紧急和需要。

本书将用德国功能主义翻译理论来解释外宣资料复杂的英译过程。在此过程中,作者将采用一些翻译文本并分析其翻译策略。功能主义翻译理论为这些翻译方法和策略提供了理论基础,而这些方法曾经被认为是与当时的翻译标准相悖的,却又有着令人满意的实用价值。把功能主义翻译方法作为理论基础,本书试图解决外宣资料翻译实践与建立已久的以对等为基础的翻译标准之间